

**PROYECTO SALON DE EVENTOS DOSQUEBRADAS**

**ANA MARIA OBANDO GARCIA  
COD. 42162043**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2008**

**PROYECTO SALON DE EVENTOS DOSQUEBRADAS**

**ANA MARIA OBANDO GARCIA  
COD. 42162043**

**Trabajo de Grado para obtener el titulo de ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2008**

**Notas de Aceptación**

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

---

Pereira, (día, mes, año) \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo al Santísimo, por darme nuevamente la oportunidad de vivir, por cuidar de mí y darme la posibilidad de triunfar.*

*A mis papas, mi abuela y mi hermana, que con mucho esfuerzo y cariño me han dado su apoyo constate en todo este proceso.*

*A Andrés, mi esposo, que me brinda su apoyo y su amor incondicional cada día.*

*Y al resto de mis familiares: Luís, Julio, Francy, Amanda, Manuela, Laura y Felipe que junto con mi esposo, mi hermanita, mi abue y mis papas fueron y son mi mayor motivación.*

## **AGRADECIMIENTOS**

La Autora expresa sus agradecimientos a:

La UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA, donde me he formado como profesional, como persona y como mujer.

Al Ingeniero Tito Duarte, por su dirección y sus inmensos aportes a mi conocimiento.

Todas aquellas personas que de una u otra forma, pusieron su granito de arena para que ésta meta se hiciera una realidad.

## CONTENIDO

<b>Notas de Aceptación</b>	3
<b>DEDICATORIA</b>	4
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	5
<b>INTRODUCCIÓN</b>	10
<b>RESUMEN</b>	11
<b>SUMMARY</b>	12
<b>1. MARCO GENERAL Y METODOLOGICO</b>	13
1.1 IDENTIFICACIÓN	13
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo General	13
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b>	13
1.3 JUSTIFICACIÓN	13
1.4 ANTECEDENTES	14
1.5 LIMITACIONES	15
1.6 MARCO TEÓRICO	16
1.6.1 El Proyecto y el Plan de Desarrollo de Dosquebradas 2004-2007	16
1.6.2 Formulación del Problema	17
1.6.3 Marco Conceptual	18
1.6.4 Marco Metodológico	26
1.7 TÉRMINOS DE REFERENCIA	27
1.8 GENERALIDADES DE DOSQUEBRADAS	28
1.9 MARCO LEGAL Y JURÍDICO	30
<b>Normas que regulan la empresa unipersonal</b>	30
<b>Ley 222 de 1995 Art. 30. Obligatoriedad de inscripción en el registro mercantil.</b>	30
<b>La libre empresa y la libre competencia como principio constitucional</b>	31
<b>Disposiciones normativas en materia de protección de la libre empresa y la libre competencia.</b>	31
<b>Prácticas comerciales restrictivas – protección</b>	32
<b>Competencia desleal – protección</b>	33
<b>Leyes para la Educación Informal en Colombia</b>	33
<b>Artículos de La Constitución</b>	34
<b>Decreto 205 marzo 28 de 2006: Compilación Estatuto de Rentas y Tributos del Municipio de Dosquebradas</b>	36
1.10 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	37
<b>2. OFERTA Y DEMANDA DE LOS SERVICIOS DE EVENTOS</b>	38
2.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	38
<b>2.1.1 Servicios a Prestar</b>	39
<b>2.1.2 Usuarios</b>	39
2.1.3 Características de los Servicios Prestados en el Salón de Eventos Dosquebradas	39

2.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS	40
2.3	DEFINICIÓN ÁREA DE INFLUENCIA	40
2.3.1	Área de la Demanda	41
2.3.2	Área de Insumos	41
2.3.3	Área de la Oferta	41
2.4	METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADOS	41
2.4.1	Tipo de estudio	41
2.5	ESTUDIO DE LA DISPONIBILIDAD DE INSUMOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	42
2.6	ESTUDIO DE LA OFERTA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EVENTOS	45
2.6.1	Oferta	45
2.6.2	Comportamiento de la Oferta	52
2.6.3	Competencia	54
2.7	ESTUDIO DE LA DEMANDA	55
2.7.1	Demanda de Eventos Educativos.	55
2.7.2	Demanda de Eventos Sociales	55
2.7.3	Estimación de la Demanda	56
2.8	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL	58
2.9	ESTUDIO DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	58
2.9.1	Diseño, Aplicación y Procesamiento de la Encuesta	58
2.10	COMERCIALIZACIÓN	85
2.10.1	Actividades de Planeación y Promoción	86
2.10.2	Actividades Físicas	87
2.11	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	87
2.12	ESTUDIO DE PRECIOS Y TARIFAS	88
2.13	PROGRAMA DE VENTAS	89
2.14	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO	90
2.15	ESTUDIO DE DISPONIBILIDAD DE INSUMOS PARA LA PREPARACIÓN DE EVENTOS	90
3.	ESTUDIO DEL TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	93
3.1	ESTUDIO DE TAMAÑO	93
3.1.1	Prestación de Servicios	93
3.1.2	Capacidad Real (Cr)	93
3.1.3	Capacidad Instalada (Ci)	93
3.1.4	Alternativas Posibles de Tamaño	94
3.2	ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN	94
3.2.1	Ventajas de la localización:	95
4.	ESTUDIO DE INGENIERÍA	96
4.1	ESTUDIO DEL SERVICIO	96
4.1.1	Definición de los Servicios:	96
4.1.2	Diseño:	96
4.1.3	Características Físicas:	96
4.1.4	Análisis de las Opciones en Organización de Eventos	97

4.1.5	Determinación de los Equipos	98
4.1.6	Proceso de Prestación de Servicios:	99
4.2	<b>VOLUMEN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>	103
4.2.1	Programa de prestación de Servicios:	104
4.3	<b>DETERMINACIÓN DE LOS INSUMOS</b>	104
4.4	<b>SELECCIÓN DE LOS EQUIPOS</b>	105
4.5	<b>ESTUDIO DEL PERSONAL PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	106
4.5.1	Política de Contratación	106
4.6	<b>PLANTA FÍSICA DEL SALÓN DE EVENTOS</b>	106
4.7	<b>DISTRIBUCIÓN INTERNA DEL SALÓN DE EVENTOS</b>	108
4.8	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (PRIMER AÑO)</b>	108
5.	<b>ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS</b>	110
5.1	<b>TIPO DE EMPRESA</b>	110
5.1.1	Razón Social	110
5.1.2	Misión	110
5.1.3	Visión:	110
5.1.4	Filosofía:	111
5.1.5	Valores:	111
5.1.6	Estructura Organizacional:	111
5.1.7	Personal Requerido:	112
5.1.8	Manual de Funciones	112
5.1.9	Distribución de Excedentes	114
5.2	<b>ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y LA OPERACIÓN.</b>	114
6.	<b>ESTUDIO DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO</b>	118
6.1	<b>ESTUDIO DE INVERSIONES</b>	118
6.2	<b>INVERSIONES</b>	118
6.2.1	Inversiones Fijas	118
6.2.2	Inversiones Diferidas	120
6.2.3	Capital de Trabajo	120
6.3	<b>PRESUPUESTO DE INVERSIONES SALÓN DE EVENTOS DOSQUEBRADAS</b>	121
6.4	<b>CRONOGRAMA DE INVERSIONES</b>	121
7.	<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS</b>	124
7.1	<b>INGRESOS</b>	124
7.2	<b>COSTOS</b>	125
7.2.1	Costos Fijos	125
7.2.2	Costos Variables	126
7.2.3	Presupuesto de Ingresos y Costos	127
7.2.4	Flujo Neto Operacional	128
7.3	<b>FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA SALÓN DE EVENTOS DOSQUEBRADAS</b>	128
8.	<b>EVALUACIÓN</b>	130



<b>8.1 EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	130
<b>8.1.1 Criterios de Evaluación Financiera</b>	130
<b>8.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA</b>	135
<b>8.3 EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL</b>	137
<b>9. CONCLUSIONES</b>	138
<b>10. RECOMENDACIONES</b>	140
<b>BILBLIOGRAFÍA</b>	141
<b>ANEXOS</b>	143
<b>Anexo A</b>	143
<b>Estudio de Súper Sociedades en Risaralda</b>	143
<b>Anexo B</b>	144
<b>Costos de Maquinaria y Equipo</b>	144
<b>Anexo C</b>	144
<b>Costos de Muebles y Enseres</b>	144
<b>Anexo D</b>	145
<b>Costos de Equipos de Computación y Comunicación</b>	145
<b>Anexo E</b>	146
<b>Costos Elementos de Consumo</b>	146
<b>Anexo F</b>	147
<b>Costos de Elementos de Aseo</b>	147
<b>Anexo G</b>	147
<b>Costos de Elementos de Primeros Auxilios</b>	147
<b>Anexo H</b>	148
<b>Costos de Constitución de la empresa.</b>	148
<b>Anexo I</b>	148
<b>Gastos depreciación Equipos</b>	148
<b>Anexo J</b>	149
<b>Aportes Parafiscales y Aportes de Seguridad Social</b>	149
<b>Anexo K</b>	149
<b>PEREIRA: Comuna Río Otún, la más poblada</b>	149

## INTRODUCCIÓN

Debido a que los recursos son limitados, todo proyecto de inversión debe obedecer a un adecuado y ordenado estudio que permita detectar las variables críticas incidentes en el desarrollo del mismo y que estén acordes con la magnitud del proyecto de manera que no se quede corto y tampoco se sobredimensione, ya que ambos extremos acarrearán graves perjuicios para la futura empresa.

Al evaluar un proyecto se estiman las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero, para la puesta en marcha de un proyecto de inversión, en este caso la puesta en marcha de la Empresa Salón de Eventos Dosquebradas en el municipio de Dosquebradas, de manera que se facilite la toma de decisiones y el desarrollo del montaje de la Empresa.

En el presente trabajo se pretende determinar que tan atractiva y rentable es la puesta en marcha de una empresa dedicada a la prestación de servicios en la organización de eventos educativos y sociales, se define claramente el problema a solucionar y las razones de su realización, los objetivos del mismo y se desarrollan una serie de estudios y análisis que permiten dar solución al problema. Los resultados obtenidos del mismo darán las bases fundamentales para la conformación de la empresa, sirviendo como marco de investigación y proporcionando información a las personas interesadas en el tema de forma clara y precisa, aportando propuestas y soluciones..

## RESUMEN

En las ciudades de Pereira, Santa Rosa y Dosquebradas no existe una empresa de organización de eventos sociales económicos, ni eventos educativos que genere oportunidades a los sectores más vulnerables de la sociedad. Es por esta razón que se hace necesario la puesta en marcha de una empresa organizadora de eventos, que brinde oportunidades a personas de escasos recursos (estratos 2-4) y ofrezca la posibilidad de educar a las madres cabeza de familia, bachilleres entre otros, para mejorar la calidad de vida y los ingresos de los mismos.

Al realizarse el montaje de la empresa se generarán empleos directos e indirectos, los costos en la organización de eventos educativos y sociales serán bajos, y la inversionista ganará porque su inversión a 6 años se recupera a una tasa del 20.23% anual.

Las utilidades del proyecto crecen cada año, generando en el último año del período de operación una ganancia de aproximadamente \$32.000.000 millones de pesos.

La empresa Salón de Eventos Dosquebradas se constituirá como una empresa unipersonal y tendrá todas las responsabilidades tributarias de una empresa de régimen común. El capital inicial de la misma son \$75.000.000 de pesos, \$25.000.000 de pesos están representados en un local comercial y 50.000.000 se encuentran en una cuenta corriente. Los servicios de eventos sociales están agrupados en tres paquetes y los educativos en 2 los cuales se ofrecen a diferentes precios y opciones.

En conclusión el montaje de la empresa Salón de Eventos Dosquebradas es factible desde el punto de vista comercial, económico, técnico y social para el inversionista.

## SUMMARY

In the cities of Pereira, Santa Rosa and Dos Quebradas. Currently does not offer a prepared business of social and economics events, or educational events that generates opportunities to the most vulnerable sectors of society. This is the reason why is necessary to create an organizing business of events that offers opportunities to people with limited income (stratum 2-4) and offers the possibility to educate household mothers and high school graduates to improve their quality of life and incomes.

Making the assembly of the company will generate direct and indirect jobs for the community. The cost to realize these social and educational events will be very low. Although the investors will increase their profits because their money will be earning interest of 20.23% annual.

The Profits of the project grows at the end of each year generating incomes approximately of \$32.000.000 million pesos.

Salón de Eventos Dosquebradas Company will stay working like solo proprietorship and it will accepted all responsibilities necessaries to pay their taxes and keep working for the people.

The capital required to begin are \$ 75.000.000 pesos. \$25.000.000 pesos will be representative in a commercial store and the other \$50.000.000 pesos will be deposit in a checking account. The social events will be in three sections and, the educative events in two. Each of those sections offers different prices and options.

In conclusion the realization of this project The Salon de Eventos dos Quebradas Company is feasible from the commercial, economic, technical and social point of view.

# **PROYECTO SALON DE EVENTOS DOSQUEBRADAS**

## **1. MARCO GENERAL Y METODOLOGICO**

### **1.1 IDENTIFICACIÓN**

Creación de la microempresa “SALON DE EVENTOS DOSQUEBRADAS” para prestar un servicio a la comunidad de Dosquebradas, Pereira y Santa Rosa sobre celebraciones sociales y aula de clases o conferencias.

Este proyecto consiste en crear una microempresa de prestación de servicios de preparación de fiestas y eventos para generar empleo a la inversionista y otros posibles empleos directos e indirectos

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 Objetivo General**

Prestar servicios dedicados a la atención de eventos sociales y educativos de todo tipo en el barrio Santa Isabel y barrios aledaños del municipio de Dosquebradas, Santa Rosa y Pereira que lo soliciten.

#### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Beneficiar a la comunidad del área de influencia prestando servicios de preparación de eventos de tipo social.
- Contribuir a la generación de empleo.
- Servir de centro de Capacitación para estudiantes, amas de casa, madres cabeza de familia y personas afectadas por la violencia.
- Obtener beneficios económicos y sociales.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La prestación de servicios de organización de eventos sociales y educativos se ofrecen en sitios como clubes, hoteles o salones, los cuales brindan paquetes que incluyen comidas, arreglos florales, música, entre otros.

Este tipo de servicios se caracteriza por ser incluyente con las familias u organizaciones a la hora de elegir decoración, licores, música o equipos a utilizar entre otros; y suelen ser muy creativos en la manera de adornar y organizar los eventos de tal manera que participantes y anfitriones se sientan

cómodos, complacidos y pasen ratos inmemorables. Sin embargo estos resultan ser muy costosos, y no tienen paquetes económicos, para ofrecer a las familias u empresas de escasos recursos, lo cual genera una exclusión dejando un gran número de posibles usuarios fuera del alcance de este servicio.

Con frecuencia se observa que muchas personas adelantan primas o realizan préstamos con tal de cumplir el deseo al festejado o festejados de celebrar con sus mas allegados circunstancias significativas en la vida, no obstante estos festejos producen insatisfacción y provocan altos endeudamientos dado que la exigencia de pagar por lo menos el 20% para reservar la fecha en muchos de los hoteles, clubes o salones superan los \$800.000 pesos.

Así mismo, los cursos que se realizan en hoteles, clubes u otros resultan ser altamente costosos por el alquiler de los salones y los servicios que se prestaran. Es por esto que microempresarios, madres cabezas de familia, amas de casa, estudiantes y otros no pueden asistir a cursos y formaciones como estas.

Dadas las circunstancias, se hace necesario llevar a cabo un proyecto que cubra una gran porción del mercado insatisfecha y a la vez genere nuevas alternativas de servicio a la población creando empleo no solo para la inversionista sino también para otras personas que directa e indirectamente estarán involucradas, con los quehaceres que produce la prestación de estos servicios. Además permitirá la integración de muchas familias futuras usuarias del servicio.

#### **1.4 ANTECEDENTES**

En la década de los 40, en la ciudad de Pereira se fundaron los clubes: Campestre, cuya actividad se centraba en los deportes, y el Rialto, que se dedicaba a las actividades de tipo social, sin embargo, ambos tenían algo en común, eran núcleos muy cerrados. Ante esta situación varios líderes de la ciudad en el año de 1952<sup>1</sup> quisieron fundar un centro donde además de ofrecerse escenarios deportivos, también sirviera como sede para reuniones y eventos de tipo social, para aquellos hombres de negocios, quienes se sentían excluidos de los ejes anteriormente conformados, este centro se llamo Corporación cultural y deportiva del Comercio de Pereira. Desde entonces estos clubes han mantenido su status en Pereira; a pesar de las diferentes crisis económicas que han atravesado.

Las celebraciones de eventos de todo tipo en los clubes para ese entonces era costosa, sin embargo lo era más para personas que no tenían acciones

---

<sup>1</sup> Página Web club del comercio: [http://www.clubcomerciopereira.com/contprin.asp?contenido\\_id=15](http://www.clubcomerciopereira.com/contprin.asp?contenido_id=15)

en ellos, es por esto que los hoteles con el tiempo crearon espacios para las celebraciones de tipo educativo y social, entre estos se encontraban el hotel Meliá (antes hotel Pereira), el Gran hotel, el Soratama, no obstante los servicios ofrecidos surgieron de acuerdo a las necesidades y a las exigencia de la comunidad.

A la vez de la existencia de las áreas en los hoteles para eventos, varios restaurantes en la ciudad crearon espacios para darle cabida a las celebraciones privadas entre ellos la lucerna, asimismo como muchos barrios en Dosquebradas y Pereira construyeron casetas comunales que prestaban este mismo servicio.

En las décadas de los 80s y 90s en Pereira comienzan a crearse microempresas que prestan equipos y ofrecen locales para la celebración de matrimonios, quince y cumpleaños entre otros; brindados en varios paquetes con diferentes estilos y decoraciones de acuerdo a la ocasión y al presupuesto de las familias y las empresas.

Hoy en día la organización de eventos prestados por clubes, hoteles, centros de recreación y empresas dedicadas a la prestación de este, van a la vanguardia de la tecnología y de las nuevas tendencias de la moda en celebraciones, sin embargo no dejan de ser costosos, y de enfocar estos mismos a estratos socio-económicos altos.

La exclusión del sector socio-económico tres de la porción del mercado genera la posibilidad de llevar a cabo un proyecto con paquetes de eventos asequibles para la comunidad de Dosquebradas, Pereira y Santa Rosa quienes serán beneficiados con la ejecución del mismo.

### **1.5 LIMITACIONES**

- Carencia de recursos económicos suficientes para llevar a cabo el proyecto de generación de microempresa “Salón de eventos Dosquebradas”.
- Falta de motivación de la comunidad para con la prestación del servicio.
- El espacio de la propiedad que ofrece la inversionista para llevar a cabo el proyecto, puede que no sea suficiente para albergar a muchas personas.
- El sitio donde estará ubicado el salón de eventos, puede ser muy central, lo cual permitirá que no muchas personas conozcan de él.

## 1.6 MARCO TEÓRICO

### 1.6.1 El Proyecto y el Plan de Desarrollo de Dosquebradas 2004-2007

El plan de desarrollo de Dosquebradas 2004-2007 “**Dosquebradas Un Proyecto Colectivo De Ciudad Que Deja Huella**” esta estructurado a partir de cinco ejes entre los que se encuentra la competitividad y generación de empleo, el cual se fortalece a través de todos los ámbitos de los Derechos Humanos consolidando a la ciudad como una gran vitrina de mercados, industria y comercio.

El papel jugado por la industria de Dosquebradas en los últimos años ha pasado de la pasividad al liderazgo y su localización y estructura productiva, le han permitido un reconocimiento nacional y los mercados la colocan en el centro de la región cafetera. Este es el resultado de los enfoques del plan de desarrollo y de entes privados, quienes han centrado su política en contribuir al fortalecimiento de las microempresas como actores claves del desarrollo local, de modo que participen eficazmente en las estrategias para la generación de empleo e ingresos para los habitantes de Dosquebradas.

Otros aspectos que contiene el Plan de desarrollo de Dosquebradas (sección 2 del PD)<sup>2</sup> son los de proponer mecanismos de acción que permitan la articulación de los diferentes actores involucrados en las políticas estatales e iniciativas privadas de apoyo a la población desplazada y desarraigada, mujeres cabeza de familia, jóvenes emprendedores, población en proceso de reinserción para ayudar en su fortalecimiento o reestablecimiento económico; y el de definir políticas y acciones de apoyo que posibiliten la creación y la expansión de mercados de las microempresas, a partir del fortalecimiento de la capacidad productiva y del fomento de una cultura empresarial.

El nuevo esquema de desarrollo para Dosquebradas comprende la consolidación de un gran proyecto que mejore sustancialmente la “Calidad de la Educación”, en el cual, la ciudad y su sistema educativo reconozcan sus potencialidades, conecten lo productivo con la educación y les entreguen posibilidades a jóvenes, madres cabeza de familia, desplazados y grupos sociales afectados por la violencia.

Dado los puntos importantes para la industria y la educación del PD de Dosquebradas este proyecto se ubica dentro del plan de desarrollo, contribuyendo con la creación de empleo para la prestación de servicios de eventos de tipo social y académicos mejorando la calidad de vida de las madres cabezas de hogar, jóvenes y personas víctimas de la violencia quienes se verán beneficiadas con los cursos que se dictaran en el Salón de eventos Dosquebradas.

---

<sup>2</sup> La sección 2 del plan de desarrollo es **Política Y Estrategia De Desarrollo Económico, Competitividad Y Generación De Empleo.**



## **1.6.2 Formulación del Problema**

En Dosquebradas no existen empresas ni microempresas que presten servicios de organización de eventos con paquetes económicos, adicionalmente ninguno presta los mismos para realizar eventos de tipo educativo para amas de casa jóvenes o sectores vulnerables.

¿Es factible montar una empresa que preste estos servicios?

### **1.6.2.1 Situación Diagnostica**

La cultura de la región cafetera es alegre y muy dinámica, se caracteriza por ser sensible como al igual que todos los colombianos frente a las circunstancias y acontecimientos que marcan la vida, es por esto que los quince años, las primeras comuniones, un bautizo, un cumpleaños, los 50, matrimonios, las bodas de oro, de plata o de cristal, los grados, entre otras son celebrados continuamente.

En Pereira y Dosquebradas en promedio existen aproximadamente 16<sup>3</sup> empresas legalmente constituidas que prestan este servicio, desde hoteles hasta clubes y salones de reuniones. El servicio que todas estas micro y grandes empresas brindan consiste básicamente en el alquiler del salón, comida, música, meseros, ponqué, licor entre otros; lo que varía entre ellos es el tamaño de los salones, la comida, el status que el sitio de celebración da a la reunión, y los precios cobrados por cada uno.

A pesar de la variedad de empresas y lugares para celebrar eventos de todo tipo, los precios siguen siendo muy altos, los cuales no pueden ser pagados ni siquiera por el estrato 3.

Por lo anterior y al realizar un recorrido por las empresas se puede llegar a la conclusión que en ninguna de las dos ciudades (Dosquebradas y Pereira) existe una alternativa económica de celebrar eventos de todo tipo, ni opciones que sean más asequibles al préstamo del servicio.

### **1.6.2.2 Causas**

- Falta de liderazgo a nivel empresarial para identificar y ofrecer servicios de beneficio a la comunidad para estratos socio-económicamente bajos.

---

<sup>3</sup> Información dada por Cámaras de Comercio de Dosquebradas y Pereira

- No se han hecho estudios que permitan identificar necesidades de realización de eventos de todo tipo en estratos dos y tres.
- Mayor preocupación de las empresas oferentes del servicio por la satisfacción de necesidades en estratos altos que por estratos medios y bajos.
- Preocupación de los centros de realización de eventos por mantener status en los estratos altos, menospreciando los estratos medio bajos.
- Los servicios de organizaciones de eventos salen costosos por la poca frecuencia en muchos meses de estos, se debería de sub-utilizar las locaciones no solo para eventos sociales, sino también para eventos culturales y educativos.

### **1.6.3 Marco Conceptual**

#### **1.6.3.1 Fiestas**

Una fiesta es un rito social<sup>4</sup> en el cual las personas marcan cierto acontecimiento o alguna ocasión especial, como un cumpleaños, agasajo, boda, aniversario, etcétera; reuniéndose y desinhibiéndose o adoptando un rol para la ocasión. Se incluyen en este tipo de celebraciones las fiestas populares y las fiestas familiares.

Como rito que es, implica seguir un patrón determinado, en el caso de las fiestas suele estar acompañado de baile, música y comida para la ocasión. Junto con algún ritual más específico según la fiesta de que se trate.

Las personas implicadas en el rito pueden variar considerablemente, desde una familia o grupo social hasta toda una localidad o incluso una nación.

#### **Clasificación de fiestas<sup>5</sup>:**

Las fiestas pueden ser periódicas o anecdóticas.

Las fiestas periódicas son los festejos que se llevan a cabo cada cierto tiempo, es decir con frecuencia se organizan estos acontecimientos, los cuales en la mayoría de casos son fiestas patrias, cumpleaños o años de fundación de pueblos y ciudades.

Las fiestas anecdóticas son celebraciones que se llevan a cabo en momentos o circunstancias personales las cuales desean ser festejadas por familiares y amigos, entre estos se encuentran los cumpleaños, matrimonios etc.

### **Ocasiones y Lugares de los Festejos y Eventos**

#### **Las Ocasiones**

---

<sup>4</sup> [www.wikipedia.com.org](http://www.wikipedia.com.org)

<sup>5</sup> [www.rincondelvago.com](http://www.rincondelvago.com)

Cualquier circunstancia es adecuada para la organización de una fiesta, sin embargo, algunas parecen más apropiadas que otras. Una graduación de profesional, el final de los exámenes o de las vacaciones, o un acontecimiento familiar (boda, bautizo, comunión, etc.) son circunstancias más que propicias para celebrar una fiesta. Sin embargo, el acontecimiento por excelencia que engendra la mayoría de las fiestas es la celebración de un cumpleaños.

### **Los Lugares**

Existen lugares para celebraciones de cualquier tipo y evento, la infraestructura del mismo determina la capacidad para albergar los invitados, y la comodidad que los mismos puedan llegar a sentir; muchos de estos sitios evocan sensaciones placenteras o encuentros con la naturaleza. Es por esto que de acuerdo al evento y al presupuesto los lugares para celebrar pueden ser:

- Casas campestres
- Salones sociales
- Clubes sociales
- Fincas
- Hoteles
- Salones comunales
- Casas familiares
- Restaurantes

Algunos establecimientos públicos se alquilan total o parcialmente para la celebración de fiestas privadas o eventos de tipo empresarial como discotecas balnearios, restaurantes y centros de recreación entre otros, los cuales pueden cerrar sus puertas al público habitual dependiendo de la magnitud del evento a celebrar.

### **Tipos De Fiestas**

Aunque hacer una clasificación completa, sería casi totalmente imposible por la variedad de reuniones que se pueden organizar, la clasificación más común es la siguiente:

#### **1. Aniversarios<sup>6</sup>**

Un aniversario es el día que se conmemora un acontecimiento que tuvo lugar el mismo día del año en un año anterior.

---

<sup>6</sup> Página web wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Aniversario>

Los tipos de aniversarios más comunes son:

Los cumpleaños: son los aniversarios más comunes, en que se celebra la fecha de nacimiento de un ser vivo. En muchas culturas es costumbre celebrar el cumpleaños, por ejemplo mediante una fiesta con amigos, en las que se intercambian regalos. Las fiestas de cumpleaños son muy populares sobre todo entre los niños. Son una oportunidad más para la socialización con los amigos y la familia.

Los cumpleaños más especiales se originan cuando se trata de un número de años significativo (como el primer año de vida) o los 15 (para las mujeres), 50 o 100.

Los aniversarios de bodas: se celebran el mismo día del año en que tuvo lugar la boda. En este caso cada aniversario tiene su nombre particular según el número de año que haya hecho en cada ocasión: las bodas de plata son el 25º aniversario de la boda, mientras que las bodas de oro son el 50º aniversario y las bodas de platino son el 60º aniversario. En general, cuanto más largo es el periodo de tiempo transcurrido, más valioso es el material asociado al aniversario.

Aniversarios nacionales: son los aniversarios patrios de los países, los cuales pueden referirse al día de la independencia de la nación o la adopción de una nueva constitución o forma de gobierno.

## **2. Matrimonios o Bodas**

Una **boda** es una ceremonia religiosa o civil, en la cual se celebra el comienzo del matrimonio.

La ceremonia se compone de varias partes, que pueden variar dependiendo del rito, aunque las más comunes son el intercambio de anillos, los votos nupciales y la recepción después del acto civil o religioso.

## **3. Fiesta de Primera Comuni3n**

Es la celebraci3n cat3lica que conmemora la primera vez que alguno o algunos de sus fieles reciben el sacramento de la Eucaristía.

Generalmente son ni3os de entre siete y quince a3os quienes celebran su primera comuni3n, aunque es posible tambi3n para cualquier miembro de la Iglesia Cat3lica, siempre y cuando hayan recibido el bautismo.

Es costumbre organizar una fiesta para quienes realizan su primera comuni3n. La Iglesia Cat3lica promueve que se debe celebrar que sus miembros reciben la eucaristía por primera vez. Usualmente se invita a familiares y amigos, y la fiesta conserva una temática infantil.

#### **4. Bautismos<sup>7</sup>**

Los bautismos son un rito de iniciación o purificación común a varias religiones o denominaciones cristianas, especialmente en la católica donde se hace mayor hincapié y se tiene un rito muy definido del mismo. Este tipo de celebraciones es, y ha sido común en nuestra cultura colombiana, es por esto que cada vez, las personas que desean bautizar a uno de sus familiares, realizan un ágape después de la celebración. Las celebraciones de bautismos es diurna y usualmente se reúnen las familias y los más allegados.

#### **4. Fiestas de Disfraces**

Las fiestas de disfraces usualmente se celebran en el mes de octubre por la celebración de halloween, sin embargo en algunas celebraciones, los invitados deben de ir vestidos de cierta manera, como de disfraces de muñecas, hawaiano u otro.

#### **5. Fiestas de Graduación**

Las fiestas de graduación son la celebración de metas y objetivos cumplidos; ya sea de culminación de estudios secundarios, profesionales o superiores. Estas reuniones festivas se celebran con familiares y amigos.

#### **1.6.3.2 Educación Informal**

El ministerio de educación en Colombia ha definido la educación informal como todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros comportamientos no estructurados. Es decir todas los conocimientos ofrecidos por personas, medios o entes siempre y cuando no afecten psicológicamente o físicamente a las personas, se les puede llamar educación informal.

En el salón de Eventos Dosquebradas se pretende ofrecer este tipo de educación, mediante el cual personas interesadas en dictar cursos pueden acceder a todos los servicios que la micro-empresa presta para este tipo de eventos.

---

<sup>7</sup> P. HAFFNER, Bautismo y confirmación, Editorial Nueva Evangelización 1999.

## **Risaralda y la Educación informal**

En Risaralda existen varios centros de educación informal que dictan cursos a la comunidad, el tiempo de estos es corto y los temas a desarrollar son puntuales y prácticos, estos cursos son dictados por:

- Universidades
- Periódicos y Revistas
- Paginas Web
- Colegios
- Clubes
- Casetas comunales
- Empresas
- Entes gubernamentales
- Personas con algún Grado de conocimiento en un área específica.

La gran mayoría de los cursos que ofrecen estos sitios consisten en:

- Clases particulares de todas las áreas especialmente matemáticas e ingles.
- Entrenamiento para los estudiantes de once en el Icfes
- Clases de Artísticas.
- Clases de entrenamiento y aprendizaje de deportes
- Fascículos acerca de una ciencia o un arte.
- Universidades con cursos de extensión de idiomas o clases de Artística para toda la comunidad.

Todas estas clases mejoran la calidad de vida de las personas dado que amplían el conocimiento de las personas y pueden llegar a mejorar los ingresos personales y familiares.

Las personas que asisten a estos cursos son personas de todas las clases sociales, entre ellas:

- Estudiantes bachilleres
- Mujeres cabeza de hogar
- Amas de casa
- Jóvenes con tiempo libre
- Personas que desean aprender o desarrollar capacidades deportivas y artísticas.
- Personas con falencias educativas que necesitan refuerzos en temas o materias

- Jóvenes recién salidos del colegio.

### 1.6.3.3 Glosario de Términos

Para la comprensión del proyecto se hará referencia sobre algunos términos.

**Actividad Económica:** Conjunto de acciones que tienen por objeto la producción, distribución y consumo de bienes y servicios generados para satisfacer las necesidades materiales y sociales.

**Actividades empresariales:** Conjunto de acciones realizadas por empresarios privados en las diferentes áreas económicas tales como las comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, silvícola, pesqueras, mineras y de servicios.

**Activo:** Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

**Anfitrión:** Persona (s) o entidad que recibe en una locación o en su sede habitual a invitados o visitantes, y les hace sentir bien.

**Aniversario:** es el día que se conmemora un acontecimiento que tuvo lugar el mismo día del año en un año anterior.

**Aperitivo:** es el alimento (generalmente salado) que se toma para abrir el apetito, generalmente antes de la comida principal del mediodía o de la noche.

**Bautismo:** En general, las denominaciones cristianas lo han adoptado como rito de iniciación en el catolicismo además como sacramento. Consiste en una ceremonia en que la persona es sumergida en el agua o entra en contacto con ella.

**Boda:** es una ceremonia religiosa o civil, en la cual se celebra el comienzo del matrimonio.

**Clientes:** En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador y quien consume, el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

**Cumpleaños:** El cumpleaños de una persona es el aniversario de su

nacimiento.

**Demanda:** La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)

**Educación Formal<sup>8</sup>:** Se entiende por educación formal aquella que se imparte en establecimientos educativos aprobados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas, y conducente a grados y títulos.

**Educación Informal<sup>9</sup>:** Se considera educación informal todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros comportamientos no estructurados.

**Empresa Unipersonal<sup>10</sup>:** Mediante la Empresa Unipersonal (E.U), una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil.

**Fiesta:** es un rito social en el cual las personas marcan cierto acontecimiento o alguna ocasión especial, como un cumpleaños, agasajo, boda, aniversario, etcétera; reuniéndose y desinhibiéndose o adoptando un rol para la ocasión.

**Fiesta de graduación:** Es una reunión festiva donde se celebra la obtención de un título académico.

**Fiestas tema:** Son las reuniones festivas, cuya decoración tiene un tema central. Ej.: fiesta hawaiana.

**Información:** En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno.

**Investigación cuantitativa:** este tipo de investigación permite utilizar la información de tipo cuantitativo directo.

---

<sup>8</sup> y <sup>9</sup> Secretaria de Educación Bogota  
[www.sedbogota.edu.co/secretaria/export/SED/seducativo/glosario.html](http://www.sedbogota.edu.co/secretaria/export/SED/seducativo/glosario.html)

<sup>10</sup> <http://www.cijuf.org.co/documentos/empresaunipersonal.doc>



**Invitado:** Persona que cortésmente alguien estimula para realizar o celebrar algo.

**Mercado:** Lugar donde convergen oferta y demanda de bienes y servicios, poniendo de manifiesto un precio único y finalmente un intercambio.

**Oferta:** En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.

**Precio:** Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

**Primera comunión:** es la celebración católica que conmemora la primera vez que alguno o algunos de sus fieles reciben el sacramento de la Eucaristía.

**Proceso:** Un proceso (del latín processus) es un conjunto de actividades o eventos que se realizan o suceden con un determinado fin. Este término tiene significados diferentes según la rama de la ciencia o la técnica en que se utilice.

**Productor:** Un productor es, en su acepción más sencilla, una persona que mediante su trabajo elabora un producto o realiza un servicio.

**TIR<sup>11</sup>:** La tasa interna de retorno, es la tasa que obtienen los recursos o el dinero que permanece atado al proyecto. Es la tasa de interés a la cual el inversionista le presta su dinero al proyecto y es característica del proyecto, independientemente de quien evalúe.

**Rito social:** Se denomina rito (del latín ritus) a un acto religioso o ceremonia repetido invariablemente, con arreglo a unas normas estrictas. Los ritos son las celebraciones de los mitos, por tanto no se pueden entender separadamente de ellos. Tienen un carácter simbólico, expresión del contenido de los mitos. La celebración de los ritos (ritual) puede consistir en fiestas y ceremonias, de carácter más o menos solemne, según pautas que establece la tradición o la autoridad religiosa.

---

<sup>11</sup> Pagina Web:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-2.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-2.htm)

**Regalo, obsequio o presente:** es la transferencia de dinero o objetos sin requerir algo a cambio; en extensión se puede llamar cualquier cosa que haga a la otra más feliz o menos triste.

**Valor Presente Neto (VPN)<sup>12</sup>:** es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: Maximizar la inversión.

#### **1.6.4 Marco Metodológico<sup>13</sup>**

##### **Diseño del Estudio**

El tipo de investigación a utilizar en el desarrollo de presente trabajo, será la investigación cuantitativa, la cual permite manejar la información de cantidad que se manejan en encuestas y recolectar información en fuentes secundarias. Esta recolección de datos será analizada y permitirá desarrollar efectiva y exitosamente el presente proyecto.

Para efectuar la anterior investigación se seguirán los siguientes pasos:

**Clasificación de las fuentes de información:** Primarias y secundarias

##### **Fuente Primaria**

La inversionista, personas y entes que se dedican a la prestación de servicios de preparación de eventos sociales y educativos.

Se realizaran encuestas a diferentes personas que resultaran siendo beneficiadas con la ejecución del proyecto y así se determinarán los servicios de tipo social y educativo, los costos y la frecuencia de ellos en el salón de banquetes de Dosquebradas.

##### **Fuente Secundaria**

El Internet, para investigar no solo los servicios que prestan empresas banqueteras en el país, sino otras empresas que se dedican a prestar servicios de educación no formal, y consultar cuales han sido sus experiencias y éxitos, los cuales se pueden rescatar de la WEB, entre otra información.

---

<sup>12</sup> Pagina Web: [www.pymesfuturo.com/vpneto.htm](http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm)

<sup>13</sup> Caicedo y Mardones. Elaboración de tesis e informes Técnico-Profesionales. Edición Conosur.2001

Con toda esta información recopilada y organizada de forma clara y coherente se puede garantizar la adquisición de muchas herramientas para hacer la lista de los posibles servicios que prestará El “Salón de eventos Dosquebradas”, y el perfil socio-económico de las personas que utilizaran el servicio.

### **Análisis de la información**

En el análisis de datos se estudiarán los resultados de la información recopilada, se reunirá toda la información, se tabulará, se organizará y se procederá a realizar un análisis final, el cual servirá para el correcto desarrollo del proyecto. De allí se podrán visualizar las ventajas y desventajas que posee la creación de la empresa “Salón de eventos Dosquebradas”

### **1.7 TÉRMINOS DE REFERENCIA**

El proyecto comprende el desarrollo de los siguientes aspectos:

1. Aspectos generales y metodológicos
2. Estudio de mercados de la prestación del servicio
3. Estudio del tamaño y localización
4. Estudio de Ingeniería
5. Aspectos legales y administrativos
6. Inversión y financiamiento
7. Presupuesto de ingresos y costos
8. Evaluación
9. Conclusiones
10. Recomendaciones

## **1.8 GENERALIDADES DE DOSQUEBRADAS<sup>14</sup>**

Dosquebradas es un municipio colombiano en el departamento de Risaralda, vecino (5 Km. al noreste) a la ciudad capital del departamento (comunicado a través del Viaducto César Gaviria Trujillo), Pereira. Dosquebradas es la segunda ciudad del departamento y uno de los principales centros industriales de Colombia. Tiene una población aproximada de 200.000 habitantes. El nombre de la ciudad se debe a la existencia de dos ríos: Santa Teresita y Las Garzas. Este municipio fue fundado en el año de 1972.

El sector educativo de este municipio es bastante destacado, siendo una de las ciudades del departamento con los mejores planteles oficiales. Cuatro centros educativos son privados de los cuales tres son católicos.

A Dosquebradas llega el Transporte público y el Transporte Masivo (Megabus) de la ciudad de Pereira

### **División Política**

Dosquebradas esta compuesto por 178 barrios, 32 veredas divididas en 6 zonas, y contiene 32 quebradas.

En el capítulo VI del Plan de Ordenamiento Territorial 2000-2006 del Municipio de Dosquebradas, se establece la DIVISIÓN ADMINISTRATIVA DEL SUELO URBANO; según el Artículo 23 sobre la DIVISIÓN ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS, El área urbana del municipio de Dosquebradas, es la definida en el Artículo 18, y desarrollada en el Componente Urbano del Plan, se divide en doce (12) Comunas, cuyas delimitaciones geográficas son concordantes con la propuesta de comunas y corregimientos del municipio de Dosquebradas.

### **Actividad Industrial y Comercial<sup>15</sup>**

De acuerdo con el Centro de Investigaciones de Risaralda CIR., el primer renglón económico de Dosquebradas lo ocupan la industria manufacturera, de tradición en la ciudad con un 50.09% en producción de textiles, prendas de vestir y cueros. En ella reposa el despegue económico e industrial, generado desde hace más de 50 años.

---

<sup>14</sup> Pagina Web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Dosquebradas>

<sup>15</sup> Pagina Web: <http://www.risaralda.com.co/dosquebradas/ddas02.php>

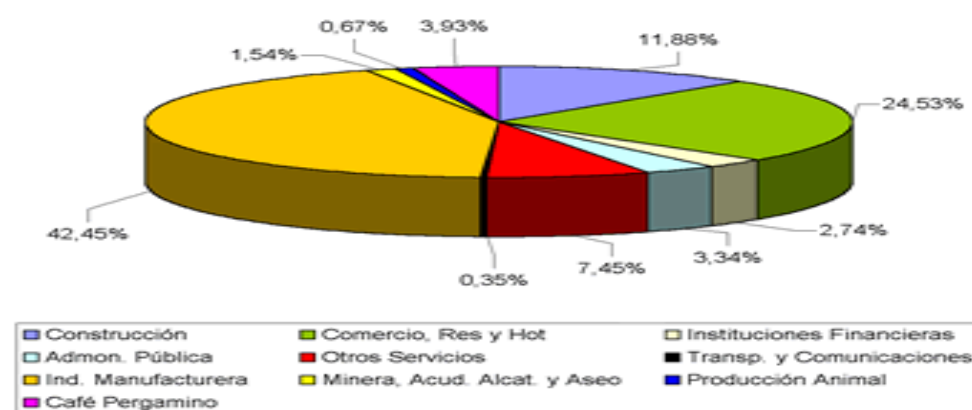
## Industria Manufacturera

Cuadro 1: industria manufacturera de Dosquebradas

Textil - Calzado - Cuero - Confección	50.09 %
Alimentos - Bebidas	18.87 %
Metalmecánica - Electromecánica - Repuestos - Eléctrica	14.93 %
Producción papel - empacadora plásticos	3.56 %
Otros varios - M. de servicios industriales	3.43 %

Fuente: [www.risaralda.gov.co](http://www.risaralda.gov.co)

Figura 1  
Dosquebradas: Valor Agregado.  
Distribución % por sectores económicos 1996



Fuente: [www.risaralda.gov.co](http://www.risaralda.gov.co)

## Educación<sup>16</sup>

Dosquebradas cuenta con 113 centros educativos, 88 en la zona urbana y 25 en la zona rural, de los cuales 25 corresponden a preescolar, 58 a básica primaria y 29 a básica secundaria. Estas instituciones atienden las necesidades de formación de 55 mil estudiantes. La educación superior se recibe en universidades cercanas con 40 facultades.

Para la ciudad de Dosquebradas, el Servicio Nacional de Aprendizaje, constituye uno de los centros de capacitación más importantes, por cuanto la entidad promueve el programa "Más y Mejores Empleos", acorde con la modernización y los avances tecnológicos, dentro de una propuesta del gobierno colombiano de crear un Sistema Nacional de Formación Profesional que permita incrementar la cobertura y calidad de las distintas áreas de acción e investigación para estrechar vínculos con los empresarios.

<sup>16</sup> Pagina Web: <http://www.risaralda.com.co/dosquebradas/ddas02.php>

Otra excelente herramienta de capacitación la constituye el Centro de Desarrollo Productivo para la Industria de la Confección C.D.P, que brinda al sector de las confecciones capacitación en diseño, corte, costura y fortalece empresas orientadas a la exportación de sus productos.

### **Generalidades del Área de Ubicación de la Microempresa**

La microempresa inicialmente tendrá sus instalaciones en el municipio de Dosquebradas (Rda) en el barrio Santa Isabel (barrio que pertenece a la comuna cuatro)<sup>17</sup>, ubicada en la diagonal 30 transversal 7, en donde se adecuará el segundo piso de la Propiedad de la Señora Ayda Lucía García de acuerdo al espacio y a unas especificaciones técnicas existentes.

### **1.9 MARCO LEGAL Y JURÍDICO**

Para la ejecución del proyecto se hace necesaria la comprensión de los siguientes artículos de la constitución, decretos y leyes:

#### **Normas que regulan la empresa unipersonal<sup>18</sup>**

La figura de la Empresa Unipersonal, como concepto jurídico, fue adoptada por la Ley 222 de 1995, en sus artículos 71 al 81. En lo no previsto allí en cuanto sean compatibles, se aplican las disposiciones relativas a las sociedades comerciales y, en especial, las que regulan la sociedad de responsabilidad limitada.

#### **Ley 222 de 1995 Art. 30. Obligatoriedad de inscripción en el registro mercantil<sup>19</sup>.**

Cuando de conformidad con lo previsto en los artículos 260 y 261 del Código de Comercio, se configure una situación de control, la sociedad controlante lo hará constar en documento privado que deberá contener el nombre, domicilio, nacionalidad y actividad de los vinculados, así como el presupuesto que da lugar a la situación de control. Dicho documento deberá presentarse para su inscripción en el registro mercantil correspondiente a la circunscripción de cada uno de los vinculados, dentro de los treinta días siguientes a la configuración de la situación de control.

---

<sup>17</sup> Capítulo VI Artículo 24 del Plan de Ordenamiento Territorial de Dosquebradas 2000-2006

<sup>18</sup> <http://www.cijuf.org.co/documentos/empresaunipersonal.doc>

<sup>19</sup>-<sup>16</sup> [http://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L0222\\_95.HTM](http://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L0222_95.HTM)

## **Ley 28 de 1931<sup>20</sup>**

Es obligatorio matricular toda empresa o negocio y registrar en la Cámara de Comercio aquellos documentos en los cuales constan actos que pueden afectar a terceros. La constitución de una sociedad, una reforma de sus estatutos, el cambio de gerente o Junta Directiva, la disolución de una sociedad, su liquidación o quiebra, las inhabilidades para ejercer el comercio, la autorización a un menor, para ser comerciante, en fin toda la vida de los negocios, debe inscribirse ante la Cámara.

## **Decreto 122 de 2002<sup>21</sup>**

A partir del 5 de agosto de 2002 se tramitará la asignación del Número de Identificación Tributario (NIT) a través de la Cámara de Comercio local.

### **La libre empresa y la libre competencia como principio constitucional<sup>22</sup>**

La Constitución Política de Colombia en su artículo 333 establece como principios orientadores del Estado Social de Derecho colombiano la libertad de empresa y la libertad de competencia. En concordancia con lo anterior, el artículo 334 atribuye al Estado la dirección general de la economía.

De acuerdo con las normas citadas, este Estado tiene la obligación de garantizar la efectividad de los principios de libre empresa y libre competencia y por lo tanto debe adoptar las medidas necesarias para impedir su obstrucción o restricción, atendiendo a la satisfacción del interés general, de acuerdo con los principios del Estado social de derecho consagrados en la misma Constitución Política.

De conformidad con lo anterior, con el decreto 2153 de 1992 y con las demás normas sobre la materia, la Superintendencia de Industria y Comercio es el organismo encargado de velar por el cumplimiento de las normas sobre promoción de la competencia, prácticas comerciales restrictivas y competencia desleal, e imponer las sanciones correspondientes por violación de las mismas.

### **Disposiciones normativas en materia de protección de la libre empresa y la libre competencia<sup>23</sup>.**

A continuación enunciamos algunas de las normas vigentes en materia de protección a la libre empresa y la libre competencia:

---

<sup>21</sup> Página Web: [www.secretariassenado.gov.co](http://www.secretariassenado.gov.co)

<sup>22</sup> Súper Intendencia de Industria y Comercio.

<http://www.sic.gov.co/Conceptos/Conceptos/Concepto00023401.php>

<sup>23</sup> Súper Intendencia de Industria y Comercio.

<http://www.sic.gov.co/Conceptos/Conceptos/Concepto00023401.php>

- Ley 155 de 1959, mediante la cual se dictaron disposiciones en materia de prácticas comerciales restrictivas.
- Ley 256 de 1996, mediante la cual se dictaron normas en materia de competencia desleal.
- Ley 446 de 1998, la cual, en sus capítulos IV y VI contiene disposiciones en materia de competencia desleal y procedimientos ante la Superintendencia de Industria y Comercio en relación con sus competencias en la materia.
- Decreto 1302 de 1964 mediante el cual se reglamentó la ley 155 de 1959
- Decreto 2153 de 1992 mediante el cual se reestructuró la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictaron otras disposiciones relativas a sus competencias.
- Decreto 266 de 2000 mediante el cual se dictaron, entre otras, disposiciones en materia de procedimiento para la toma de decisiones en materia de procedimiento de prácticas comerciales restrictivas y competencia desleal e integraciones empresariales.

### **Prácticas comerciales restrictivas – protección**

En concordancia con los citados preceptos constitucionales, el artículo 1 de la ley 155 de 1959 prohíbe “los acuerdos o convenios que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, mercancías o servicios nacionales o extranjeros y, en general, toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia y a mantener o determinar precios in equitativos.”

En desarrollo de la norma anterior, el decreto 2153 de 1992 ratifica la prohibición general de conductas anticompetitivas y establece que dichas conductas se considerarán de objeto ilícito en los términos del código civil. Es así como, el citado decreto enumera algunos acuerdos<sup>24</sup> y actos<sup>25</sup> contrarios a la libre competencia y conductas que constituyen abuso de la posición dominante en el mercado.<sup>26</sup>

Debe anotarse también, que de conformidad con el artículo 4 de la ley 155 de 1959 y el decreto 2153 de 1992,<sup>27</sup> la Superintendencia de Industria y Comercio debe pronunciarse en relación con las operaciones de integración empresarial, facultad que se encuentra desarrollada en el decreto 1302 de 1964 y la circular 2 de 2000, expedida por esta Superintendencia, con el fin de constatar que no se tienda a producir una indebida restricción a la libre competencia.

<sup>24</sup> Decreto 2153 de 1992, artículo 47.

<sup>25</sup> *Ibidem*, artículo 48.

<sup>26</sup> Decreto 2153 de 1992, artículo 50.

<sup>27</sup> *Ibidem* artículo 4, numeral 14 y artículo 50.



Ahora bien, el mismo decreto atribuye a la Superintendencia de Industria y Comercio la competencia para velar por el cumplimiento de las normas sobre promoción de la competencia y practicas comerciales restrictivas e imponer las sanciones correspondientes por violación a las mismas,<sup>28</sup> cuando quiera que dicha competencia no haya sido legalmente atribuida a otra autoridad.

### **Competencia desleal – protección**

Igualmente, como desarrollo de los postulados constitucionales, en la ley 256 de 1996 se prohíbe de manera general la competencia desleal, la cual se constituye por “todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminada a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.”<sup>29</sup>

A renglón seguido, la citada ley 256 enuncia algunas conductas desleales<sup>30</sup> y establece las acciones derivadas de ellas, que podrán ser ejercidas por el afectado ante las autoridades jurisdiccionales competentes.<sup>31</sup>

Es así como, serían competentes para conocer de dichas acciones los jueces civiles del circuito<sup>32</sup> y a la Superintendencia de Industria y Comercio, quien goza de facultades jurisdiccionales a prevención<sup>33</sup> en materia de competencia desleal.<sup>34</sup> En el mismo sentido, en el artículo 52 de la ley 510 de 1999 se estableció el procedimiento que deberá seguir la misma Superintendencia para efectos de tramitar la liquidación de perjuicios originada por conductas desleales.

## **Leyes para la Educación Informal en Colombia**

### **Ley 2888 de julio 31 de 2007**

Este decreto reglamenta la creación, organización y funcionamiento de las instituciones que ofrecen el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano, establece los requisitos básicos para el funcionamiento de estos programas y dicta otras disposiciones.

---

<sup>28</sup> Decreto 2153 de 1992. Artículo 2.

<sup>29</sup> Ley 256 de 1996, artículo 7.

<sup>30</sup> *Ibidem*, artículos 8 – 19.

<sup>31</sup> *Ibidem*, artículos 20 y ss.

<sup>32</sup> Ley 256 de 1996.

<sup>33</sup> Vescovi, Enrique. Teoría General del Proceso. Editorial Temis, Bogotá, Colombia, 1984, págs 170 – 171.

<sup>34</sup> Ley 446 de 1998, artículos 143 y ss.

### **Ley 1064 de 2006**

Por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación no formal en la Ley General de Educación. En esta ley se cambia de nombre, ya no se denominará Educación no formal sino Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.

### **Ley 2020 de 2006**

Esta ley es la que permite organizar el Sistema de Calidad de Formación para el Trabajo y educación no formal en Colombia

### **Artículos de La Constitución**

#### **Constitución Política de Colombia. Artículo 333.**

"La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorizaciones de la ley"

"La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades"

"La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional."

"La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación."

#### **Constitución Política de Colombia. Artículo 334.**

"La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano.

"El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas, en particular los de menores ingresos, tengan acceso efectivo a los bienes y servicios básicos"

"También para promover la productividad y competitividad y en el desarrollo armónico de las regiones".

### **Constitución Política de Colombia. Artículo 1.**

"Colombia es un estado social de derecho organizado en forma de república unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general".

### **Decreto 2153 de 1992. Artículo 2.**

"Funciones. La Superintendencia de Industria y comercio ejercerá las siguientes funciones:

1. Velar por la observancia de las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, en los mercados nacionales.
2. Imponer las sanciones pertinentes por violación de las normas sobre prácticas comerciales restrictivas y promoción a la competencia, así como de las instrucciones que en desarrollo de sus funciones imparta la Superintendencia..."

### **Corte Constitucional. Sentencia C – 398. Septiembre 7 de 1995. José Gregorio Hernández.**

"Es verdad que la Constitución establece la libre competencia como principio, que ella plasma la libre iniciativa privada y la libertad de empresa, que la libertad económica está garantizada y que la gestión estatal debe cristalizarse en medidas que impidan su obstrucción o restricción, en especial si estas surgen merced del predominio de productores u oferentes de productos o servicios considerados en particular."

"En un Estado social de derecho, dentro del cual el poder público asume responsabilidades tales como la racionalización de la economía, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo, no menos que la de promover la productividad y la competitividad, y que tiene a su cargo la orientación de la política económica hacia el desarrollo armónico de las regiones. La libre competencia no puede erigirse en derecho absoluto ni en barrera infranqueable para la intervención del Estado. Esta se debe dar por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de bienes, todo lo cual implica indudables limitaciones correctivos y controles para la iniciativa popular. Se trata al fin y al cabo de realizar fines esenciales del Estado como los de promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios derechos y deberes

consagrados en la Constitución Política, en ejercicio de un papel dinámico y activo inherente a su función básica de dirección general de la economía."

**Decreto 205 marzo 28 de 2006: Compilación Estatuto de Rentas y Tributos del Municipio de Dosquebradas**

**Libro 2 Parágrafo 1º.** Categoría de los Predios destinados a la Industria y el Comercio. Las fami-empresas, microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas; debidamente certificadas por la Cámara de Comercio de Dosquebradas, para efectos de la tarifa del impuesto predial unificado; tendrán un descuento en la tarifa correspondiente en la siguiente manera:

Las dedicadas a actividades industriales, el descuento en la tarifa correspondiente al predio será de un 15%.

Las dedicadas a actividades comerciales y de servicios, el descuento en la tarifa correspondiente será de un 15%. (Acuerdo 037 de 2002, Art. 27; Acuerdo 003 de 2004, Art. 1º; Acuerdo 037 de 2004, Art. 2º)

## 1.10 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Cuadro 2. Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	MESES							
	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
Aspectos Generales y Metodológicos								
Estudio de mercados								
Estudio de Tamaño y Localización								
Estudio de Ingeniería								
Aspectos _Legales y Administrativos								
Estudio de Inversión y Financiamiento								
Presupuesto de Ingresos y Costos								
Estudio de Sensibilidad								
Evaluación								
Conclusiones y Recomendaciones								

**Fuente: Autora del proyecto 2008**

## **2. OFERTA Y DEMANDA DE LOS SERVICIOS DE EVENTOS**

El estudio de mercados tiene como principal objetivo definir de manera detallada los servicios que la microempresa “Salón de eventos Dosquebradas” debe proveer, busca cuantificar la oferta y la demanda potencial actual y futura, así como pretende definir las estrategias de comercialización.

### **2.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO**

El Salón de eventos Dosquebradas, es un recinto en el cual se prestarán servicios para reuniones de empresas, fiestas familiares, matrimonios, conferencias o cualquier tipo de evento que pertenezca al ámbito social o educativo. Este recinto estará completamente equipado con cómodas sillas, mesas, amplificación del sonido, televisión, proyector, tablero y conexión a Internet de alta velocidad.

El servicio los usuarios lo identificarán porque:

- Las instalaciones, insumos (mesas, sillas, manteles, etc.) y equipos estarán siempre en las mejores condiciones.
- La atención por parte del personal de servicio en el momento de la celebración del evento será oportuna, amable y eficiente.
- Los Equipos audiovisuales, de sonido e iluminación serán de alta tecnología.
- El salón estará organizado un día antes del evento, con el montaje y los elementos que el cliente requiere y haya elegido previamente, así como también se facilitará el ingreso de los celebrantes horas antes de la actividad, para las últimas observaciones y recomendaciones.
- Se tendrán múltiples temas de decoración del salón, para cada una de las ocasiones festivas, comerciales, culturales o educativas.
- Para el servicio de alimentos y bebidas, se contará con la asesoría de expertos en el tema.
- Se prestará el servicio profesional de fotografía, video y grabaciones.
- Se cuenta con un cuerpo de coordinadores excelentes para cualquier evento, DJ's y los mejores repertorios de música original con miles de títulos.
- En la preparación de cualquier tipo de evento los servicios que se prestarán cubrirán todos los elementos del mismo, de manera que anfitriones, invitados y festejados disfruten de todos los momentos, sin perderse de nada.
- La ubicación de la microempresa quedará en una zona de fácil acceso al transporte y muy central en el barrio Santa Isabel de Dosquebradas.
- Se brindará la más completa asesoría a los celebrantes desde el mismo momento en el que contacten y cuenten con los servicios ofrecidos por el Salón de eventos Dosquebradas, hasta la finalización del evento.

- Las oportunidades para el pago por la prestación del servicio y los paquetes es amplia, así como el precio de los mismos es mucho más bajo que el de las empresas de la competencia, y además la gama de servicios va desde solo alquilar el salón hasta prestar el servicio de decoración y preparación de comidas.

### **2.1.1 Servicios a Prestar**

En el Salón de eventos Dosquebradas se integraran todos los elementos y detalles concernientes a la organización de cualquier tipo de evento social o educativo, los cuales se describen a continuación:

- Celebraciones informales
- Fiesta de graduación
- Aniversarios
- Bodas
- Otros Eventos:
  - Bautizos
  - Primeras Comuniones
  - Conferencias y clases culturales, comerciales o educativas

### **2.1.2 Usuarios**

Los usuarios del Salón de eventos Dosquebradas, serán las personas que quieran celebrar un acontecimiento representativo en sus vidas o empresas, entidades educativas y personas que llegarán a necesitar un salón de eventos para dictar conferencias u otro tipo de actividades de tipo cultural, comercial o educativo.

### **2.1.3 Características de los Servicios Prestados en el Salón de Eventos Dosquebradas**

Las características propias de los servicios prestados en el Salón de eventos Dosquebradas son:

- Son inseparables: Porque el servicio siempre esta unido al usuario en el momento de la realización del evento.
- Son intangibles: Todos los servicios presentan esta característica dado que no se ve o se siente físicamente como un producto, sin embargo en el Salón de eventos la prestación de los servicios se puede notar, al final, cuando las flores, la decoración y la organización del salón crea un ambiente festivo o educativo, para que todas las personas involucradas en el evento disfruten el

momento. Los servicios de eventos generan también emociones, dado que en la organización del evento siempre se realiza lo que los anfitriones desean, quienes después de pasado el evento, quedan satisfechos.

- Son perecederos: Los servicios de eventos cumplen con esta característica, dado que sólo se usan una vez, ( se realiza sólo en la fecha convenida) y duran aproximadamente de 4 a 6 horas,

## 2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS

1. Determinar las características y tendencias de la oferta y demanda para los servicios ofrecidos en el Salón de eventos Dosquebradas.
2. Diseñar las estrategias de comercialización del servicio.
3. Definir los servicios requeridos en eventos sociales y educativos a prestar por parte del Salón de eventos Dosquebradas.

## 2.3 DEFINICIÓN ÁREA DE INFLUENCIA

En principio comprende el barrio Santa Isabel, sede del Salón, sin embargo el propósito es ubicar las necesidades de Dosquebradas, Santa Rosa y Pereira, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 2: Mapa de Dosquebradas



Fuente: [www.mapas.com.co](http://www.mapas.com.co)



### **2.3.1 Área de la Demanda**

Por otra parte las personas que conformarán el mercado potencial estarán ubicadas en el barrio Santa Isabel y demás barrios de Dosquebradas así como también en el área metropolitana.

### **2.3.2 Área de Insumos**

La obtención de los servicios contratados como los arreglos florales, preparación de comidas, músicos entre otros se encuentran ubicados en la ciudad de Pereira, a donde no es difícil desplazarse.

### **2.3.3 Área de la Oferta**

La oferta de prestación de servicios para la preparación de eventos, en Dosquebradas es muy baja; para la cantidad de empresas y personas que necesitan este servicio, sin embargo los costos de salones de cámara y comercio de Dosquebradas y Pereira, y de la Rosa, entre otros sitios, son excluyentes para estratos medios y bajos por el alto valor del arrendamiento y servicios que las familias deben contratar con terceros.

El servicio inicialmente se ofrecerá en la ciudad de Pereira, especialmente en la zona céntrica, tendrá como población objetivo los estratos 3 y 4 cuyos ingresos están en término medio.

## **2.4 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADOS**

### **2.4.1 Tipo de estudio**

Para desarrollar el estudio de mercados se hizo necesario dividirlo en dos etapas:

#### **2.4.1.1 Etapa I. Recolección de la información**

La información fue recolectada utilizando:

#### **Fuentes:**

#### **Fuentes Primaria:**

La información fue recolectada a través de encuestas realizadas a personas que pertenecen al área de influencia y entrevistas realizadas a empresas prestadoras de servicios similares

### **Fuentes secundarias:**

Esta información se obtuvo mediante las revisiones bibliográficas de folletos, informes empresariales, cotizaciones a empresas, páginas amarillas, Internet e informes de la cámara de Comercio.

#### **2.4.1.2 Etapa II. Análisis y Proyecciones**

Las proyecciones de oferta y demanda se realizaron utilizando el método de criterios de tendencia lineal y la tasa de crecimiento geométrica.

La información recolectada fue ordenada y tabulada para luego ser procesada a través de hoja electrónica.

## **2.5 ESTUDIO DE LA DISPONIBILIDAD DE INSUMOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

Los insumos necesarios para la prestación de servicios en el Salón de Eventos son principalmente los arreglos florales, ambientación de fiestas, alimentos y bebidas, papelería, marcadores, cintras entre otros.

Los insumos más utilizados son:

Para los eventos de tipo educativo:

- Marcadores de tablero
- Borradores

Para los eventos de tipo social:

- Licor
- Bombas decorativas de varios tamaños
- Cintas de tela y papel
- Cinta transparente
- Tijeras
- Tela (tul u otras)
- Flores
- Nylon
- Flores artificiales
- Silicona

- Colbón
- Pistolas de silicona
- Hilos de diferentes colores
- Diferentes tipos de Agujas

### Almacén las tres BBB

Cuadro 3: Variables Materia Prima Las 3 BBB

VARIABLES	CALIFICACION
ORIGEN	PROVEEDOR
PRESTIGIO	BUENO
CONTRATO DE COMPRAVENTA	NINGUNO
PRECIO	BUENO
CONFIABILIDAD DE SUMINISTROS	BUENO
CONDICIONES DE ENTREGA Y RECIBO	NINGUNA
FINANCIACION	CONTADO

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Cuadro 4: Materia Prima Las 3 BBB

M.P	CANTIDAD	PRECIO
Paquete de bombas	100	\$ 3.200
paquete bomba satinada	100	\$ 4.600
cinta papel de moños de 50	1 royo	\$ 5.600
cinta satinada por metros	1 royo	\$ 800
cinta transparente	1 royo	\$ 1.900
tijeras papel	1	\$ 2.500
tijera para tela	1	\$ 9.900
Flores por doce unid pequ.	1 pte	\$ 850
nylon de 0.5	1 carreta	\$ 1.200
nylon de 0.8	1 carreta	\$ 1.400
agujas de bordar	1 pte	\$ 300
hilos ameto	1 tubino	\$ 500
hilo koban	1 tubino	\$ 1.200
Silicona	1 barra	\$ 350
Silicona	1 libra	\$ 2.100
Pistola de Silicona	1	\$ 5.500

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## Almacén el Botón

Cuadro 5: Variables Almacén el Botón

<b>VARIABLES</b>	<b>CALIFICACION</b>
ORIGEN	PROVEEDOR
PRESTIGIO	BUENO
CONTRATO DE COMPRAVENTA	NINGUNO
PRECIO	BUENO
CONFIABILIDAD DE SUMINISTROS	BUENO
CONDICIONES DE ENTREGA Y RECIBO	NINGUNA
FINANCIACION	CONTADO

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Cuadro 6: Materia Prima Almacén el Botón

<b>M.P</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Paquete de bombas	100	\$ 3.150
paquete bomba satinada	100	\$ 4.800
cinta papel de moños de 50	1 royo	\$ 5.400
cinta satinada por metros	1 royo	\$ 850
cinta transparente	1 royo	\$ 1.900
tijeras papel	1	\$ 2.500
tijera para tela	1	\$ 10.000
Flores por doce unid pequ.	1 pte	\$ 900
nylon de 0.5	1 carreta	\$ 1.250
nylon de 0.8	1 carreta	\$ 1.350
agujas de bordar	1 pte	\$ 350
hilos ameto	1 tubino	\$ 650
hilo koban	1 tubino	\$ 1.250
Silicona	1 barra	\$ 350
Silicona	1 libra	\$ 2.000
Pistola de Silicona	1	\$ 5.600

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## **2.6 ESTUDIO DE LA OFERTA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EVENTOS**

### **2.6.1 Oferta**

Para el estudio de la oferta se analizaron los servicios y los precios ofrecidos por empresas de la competencia que tienen un perfil similar al que se ha definido para el proyecto, además se analizaron algunos datos brindados por los mismos negocios de hasta cuantos eventos por año pueden atender.

#### **2.6.1.1 Comparación de Precios**

Para comparar los precios se cotizaron a las empresas elegidas tres paquetes diferentes para prestar el servicio a 80 personas.

Los paquetes cotizados para eventos de tipo social fueron:

##### **Paquete 1**

El paquete incluye:

- Decoración del salón.
- Decoración de la iglesia.
- Comida tipo Buffet incluye pasabocas.
- Mesas y sillas vestidas
- Arreglos florales.
- Música, Dj (animación)
- Ponqué y decoración de la mesa de ponqué.
- Cubiertos, servilletas, Platos, gaseosas y copa de champaña.
- Grabaciones, videos y fotos del evento.
- Alquiler del Salón.
- Meseros.
- Licores y bebidas.

##### **Paquete 2**

El paquete incluye:

- Alquiler del salón
- Decoración del salón.
- Comida (plato sencillo)
- Una sola ronda de champaña.
- Música de fondo

- Cubiertos, servilletas, platos gaseosas y copas
- Mesas y sillas vestidas
- Meseros
- Arreglos florales.
- Mesa de baúl de sobres o regalos

### Paquete 3

El paquete incluye:

- Alquiler y decoración del Salón
- Una ronda de copa de Champaña
- Decoración mesa de ponqué
- Cubiertos, Platos, servilletas, vasos y copa de champaña.
- Mesas y sillas vestidas.
- Arreglos florales.
- Meseros.

Cuadro 7: Tarifas de empresas prestadoras de servicios para eventos sociales.

NOMBRE DE LA EMPRESA	CIUDAD	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
BANQUETES BRASIL	Dosquebradas	\$ 4.200.000	\$ 3.360.000	\$ 2.200.000
AGAPES MI FIESTA	Pereira	\$ 3.900.000	\$ 3.450.000	\$ 2.000.000
BANQUETES CASA REAL	Pereira	\$ 5.600.000	\$ 4.480.000	\$ 3.000.000
HOTEL EL LAGO	Pereira	\$ 4.000.000	\$ 3.200.000	\$ 2.100.000
FESTI-EVENTOS	Pereira	\$ 3.500.000	\$ 3.000.000	\$ 2.050.000
CLUB DEL COMERCIO	Pereira	\$ 7.000.000	\$ 5.600.000	\$ 4.100.000
GRAN HOTEL	Pereira	\$ 5.400.000	\$ 4.320.000	\$ 3.900.000

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Los costos de los salones de Cámara y comercio de Pereira son:

Cuadro 8: Costos de Salones de Cámara de Comercio

Salones	Capacidad	Afiliados			No afiliados			
		8hrs	4hrs	2hrs	8hrs	4hrs	2hrs	
Camara de Comercio de Pereira	Nepomuceno Vallejo	150	\$ 286.400	\$ 134.200	\$ 67.100	\$ 396.000	\$ 198.000	\$ 99.000
	Salón 1	50	\$ 198.000	\$ 99.000	\$ 49.500	\$ 286.000	\$ 143.000	\$ 71.500
	Salón 2	55	\$ 198.000	\$ 99.000	\$ 49.500	\$ 286.000	\$ 143.000	\$ 71.500
	Salón 3	60	\$ 198.000	\$ 99.000	\$ 49.500	\$ 286.000	\$ 143.000	\$ 71.500
	Salón 4	40	\$ 198.000	\$ 99.000	\$ 49.500	\$ 286.000	\$ 143.000	\$ 71.500

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Los paquetes cotizados para eventos de tipo educativo fueron:

**Paquete 1:**

El paquete incluye:

- Videobeam
- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Refrigerio y/o almuerzo.(opcional)
- Sillas y mesas

**Paquete 2:**

El paquete incluye:

- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Sillas y mesas.

El cuadro 9 muestra los valores cobrados por distintas empresas prestadoras de servicios educativos:

Cuadro 9: Tarifas de empresas prestadoras de servicios para eventos educativos u otros.

NOMBRE DE LA EMPRESA	CIUDAD	PAQUETE 1	PAQUETE 2
BANQUETES BRASIL	Dosquebradas	*****	*****
AGAPES MI FIESTA	Pereira	*****	*****
BANQUETES CASA REAL	Pereira	\$ 3.500.000	\$ 2.150.000
HOTEL EL LAGO	Pereira	\$ 2.500.000	\$ 1.100.000
FESTI-EVENTOS	Pereira	*****	*****
CLUB DEL COMERCIO	Pereira	\$ 4.000.000	\$ 2.500.000
GRAN HOTEL	Pereira	\$ 3.500.000	\$ 1.850.000

Fuente: Informe de empresas consultadas

Los costos del paquete 1, son aproximados, porque dependen del tipo de alimentos a consumir y de las negociaciones que se realicen con las empresas.

Al analizar los datos anteriores, se puede decir que:

- El costo de los servicios no son iguales debido al valor del status de los sitios.
- El costo también depende del lugar donde se encuentre ubicado el sitio, porque este influye en la centralización, parqueaderos, vías de fácil acceso etc.
- En el club del comercio y en las Cámaras de Comercio el precio varía entre los afiliados y las personas independientes.

- Casi todas estas empresas manejan un plan separe; el cual consiste en reservar el salón con los servicios en la fecha que se necesita dando un porcentaje inicial del valor total, y el plazo para pagar el saldo es hasta 20 días antes del evento.
- Muchas de las empresas anteriormente mencionadas no poseen equipos como videobeam e Internet, los cuales suelen ser necesarios en conferencias educativas o culturales.
- Las fiestas tema, y las flores en cada una de las empresas puede cambiar, lo cual puede hacer que se incremente o disminuya el costo.
- Los menús pueden cambiar los precios, porque hay preparaciones e ingredientes que en ocasiones resultan ser de mayor valor.
- La concentración de las empresas organizadoras de eventos sociales se encuentran en Pereira.

### 2.6.1.2 Comparación de Servicios

Para comparar los servicios, se consulto cuales eran los servicios que prestaban las diferentes empresas, y con dichos datos se podrá conocer otros servicios que estarán incluidos en los paquetes antes cotizados.

Las empresas consultadas fueron:

#### **Cámara de Comercio de Dosquebradas<sup>35</sup>**

La Cámara Plaza es un sitio de encuentro donde los empresarios y la comunidad en general, pueden realizar todo tipo de eventos.

Los salones que poseen son:

Salón 2: Capacidad: Auditorio: 35 Personas

Reuniones Sociales: 30 Personas

Salón 3: Capacidad: Auditorio: 70 Personas

Reuniones Sociales: 60 Personas

Los servicios prestados en cualquier salón son:

- Videobeam
- Pantalla para Proyecciones
- Retroproyector de Acetatos
- 45 Sillas Universitarias
- Papelógrafo
- VHS -DVD
- Televisión
- Organización del salón
- Mesas y sillas vestidas.

---

<sup>35</sup> <http://www.camado.org.co/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=13>



### **Cámara de comercio de Pereira<sup>36</sup>:**

El Área Cultural y de Servicios Empresariales de la Cámara de Comercio de Pereira ofrece los siguientes servicios:

- Videobeam
- VHS, DVD,
- Proyector de acetato,
- Proyector de diapositivas,
- Televisor,
- Amplificación, micrófonos
- Inalámbricos, punto de red para Internet,
- Computador,
- Mantel y faldones para las mesas.
- Servicio de Refrigerio, almuerzos, desayunos y comidas.

La cámara de comercio también posee varios salones para ofrecer el servicio de alquiler de salones, estos son:

#### **Salón de Exposiciones Nepomuceno Vallejo**

Capacidad: 80-150 personas

Área: Tiene un área útil de 148 Mts/2

Posibles usos: Es un recinto especial para tele-conferencias, grados, presentaciones, conferencias, talleres, seminarios, fiestas, agasajos, etc.

Dotación: Esta dotado con consola de sonido, amplificación, micrófonos inalámbricos.

#### **Salón De Conferencias 1**

Capacidad: 25-50 personas

Área: Tiene un área útil de 60 Mts/2

Posibles usos: Es un recinto especial para tele-conferencias, presentaciones, conferencias, talleres, seminarios.

Dotación: Esta dotado con sillas universitarias, sillas rimax y tablon para mesas, pantalla, papelógrafo o expógrafo con marcadores, mesa principal.

#### **Salón De Conferencias 2**

Capacidad: 30-55 personas

Área: Tiene un área útil de 59 Mts/2

Posibles usos: Es un recinto especial para teleconferencias, grados, presentaciones, conferencias, talleres, seminarios, primeras comuniones,

---

<sup>36</sup> <http://www.camarapereira.org.co/pge/?&gps=172&&acc=paginas&prm=76&.html>

agasajos, almuerzos, comidas, lanzamientos de productos, etc.

Dotación: Esta dotado con sillas universitarias o sillas rimax y tablonos para mesas, pantalla, papelógrafo o expógrafo con marcadores, mesa principal.

### Salón De Conferencias 3

Capacidad: 30-60 personas.

Área: Tiene un área útil de 63 Mts/2.

Posibles usos: Es un recinto especial para teleconferencias, grados, presentaciones, conferencias, talleres, seminarios, primeras comuniones, agasajos, almuerzos, comidas, lanzamientos de productos, etc.

Dotación: Esta dotado con sillas universitarias o sillas rimax y tablonos para mesas, pantalla, papelógrafo o expógrafo con marcadores, mesa principal.

### Salón De Conferencias 4

Capacidad: 20- 40 personas

Área: Tiene un área útil de 63 Mts/2

Posibles usos: Es un recinto especial para teleconferencias, grados, presentaciones, conferencias, talleres, seminarios, primeras comuniones, agasajos, almuerzos, comidas, lanzamientos de productos, etc.

Dotación: Esta dotado con sillas universitarias o sillas rimax y tablonos para mesas, pantalla, papelógrafo o expógrafo con marcadores, mesa principal.

### **Club del Comercio**

El club del comercio cuenta con amplios salones (Imperial-500 personas, Mario Muñoz-70 personas, Rosado-50 personas) para reuniones sociales como matrimonios, fiestas, cumpleaños, desfiles de moda, convenciones, conferencias y demás actividades relacionadas.

El club ofrece también los siguientes servicios:

- Servicios de preparación de desayunos, refrigerios, almuerzos y cenas.
- Venta de licor para los eventos
- Televisor, videobeam
- Amplificación, micrófonos inalámbricos
- Meseros
- Alquiler de platería y cristalería.
- punto de red para Internet
- Mantel y faldones para las mesas y revestimiento de sillas.
- Organización del Salón.
- Salón de Belleza

## **Casa Real**

Esta empresa posee un salón y presta los siguientes servicios:

- Salón con toda su dotación: mesas, manteles, sobre manteles, sillas vestidas, vajillas, cristalería y cubiertos.
- Comida: servida en bufete, refrigerios, almuerzos, champaña.
- Decoración: Se decora el salón de acuerdo al tema elegido
- Meseros, mini-teca, gaseosa, hielo Servicio por seis horas, máximo hasta las 2:00am
- Fotografía
- Filmación
- Grupos musicales y solistas
- Tarjetearía

## **Festi-Eventos, Banquetes Brasil, Agapes Mi Fiesta, Hotel El Lago**

Los servicios que estas empresas prestan son muy similares y comprenden:

- Mesas y sillas vestidas
- Decoración del tema elegido.
- Preparación de comidas (desayuno, refrigerios, comidas)
- Licores
- Arreglos florales
- Dj y grupos musicales
- Tablero y marcadores
- Luces
- Fotografía
- Filmación
- Tarjetearía

Con la información anterior se puede observar:

- Los servicios en los sitios anteriormente mencionados, aunque son similares, difieren en aspectos como, el área y la infraestructura de los salones de eventos, y el Good Will del que gozan las empresas.
- Se puede observar la dirección de estos servicios a estratos socio-económicos medios y altos.
- Las decoraciones tema varían, lo cual hace que los materiales a utilizar para ésta, cambien y se incrementen o disminuyan el valor.
- La clase y cantidad de flores o follajes, hacen que el valor disminuya o aumente.

## 2.6.2 Comportamiento de la Oferta

Las empresas organizadoras de eventos entre ellas Club del Comercio, Cámara de comercio de Dosquebradas y Pereira, Casa Real, entre otras, en los últimos años han venido creciendo, porque la cultura de las celebraciones es cambiante, y los usuarios exigen más elementos a la hora de celebrar, ya que cada vez están mejores informados.

### 2.6.2.1 Estimación de la Oferta

Para estimar la oferta anual en el área de influencia, se pregunto a las diferentes empresas que prestan este servicio, aproximadamente cuantos eventos educativos y sociales podrían cubrir al año.

No todas las empresas cuentan con este tipo de información, además otras afirmaron no poder compartir la misma. La proyección entonces se realizara con las siguientes empresas:

**Cuadro 10. Oferta de Empresas**

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Numero de eventos 2003</b>	<b>Numero de eventos 2004</b>	<b>Numero de eventos 2005</b>	<b>Numero de eventos 2006</b>	<b>Numero de eventos 2007</b>
BANQUETES CASA REAL	30	35	38	41	43
HOTEL EL LAGO	40	45	48	52	56
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>80</b>	<b>86</b>	<b>93</b>	<b>99</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

El comportamiento de los datos se debe, a la mejora en la logística para la ejecución de los eventos.

Para realizar las proyecciones se tomaron los totales de la sumatoria de la oferta de las dos empresas anteriores en los últimos 5 años, los datos obtenidos son los siguientes:

**Cuadro 11. Oferta**

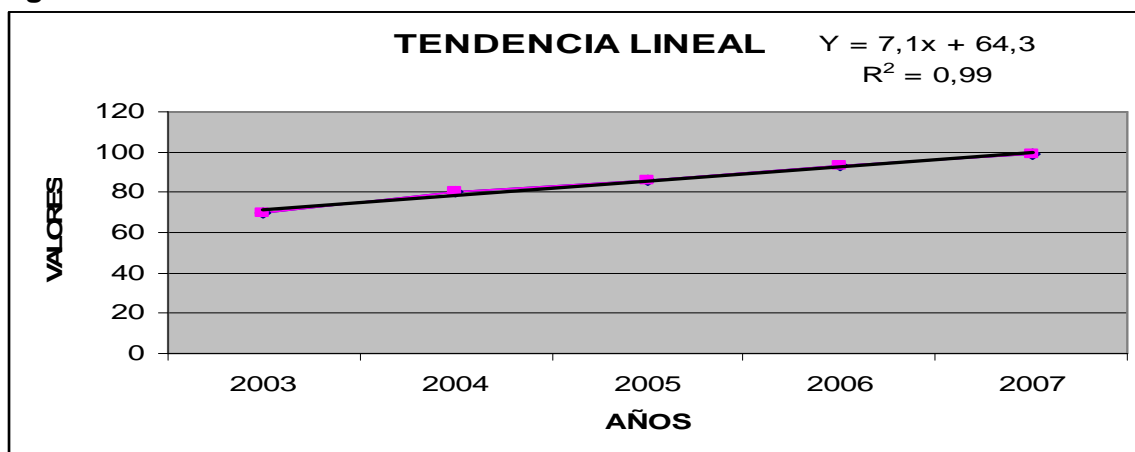
<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>
2003	70
2004	80
2005	86
2006	93
2007	99

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Se puede observar que el mejor ajuste es la tendencia lineal, así que se eligió para hacer la proyección a cuatro años.

Esta tendencia se muestra en el siguiente gráfico donde la ecuación y el R se calcularon en Excel:

**Figura 3. Tendencia Lineal Oferta**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

El valor de R (Correlación) se aproxima a uno, cifra que nos muestra la confiabilidad en los datos.

Para los próximos cuatro años los valores de la oferta proyectada son:

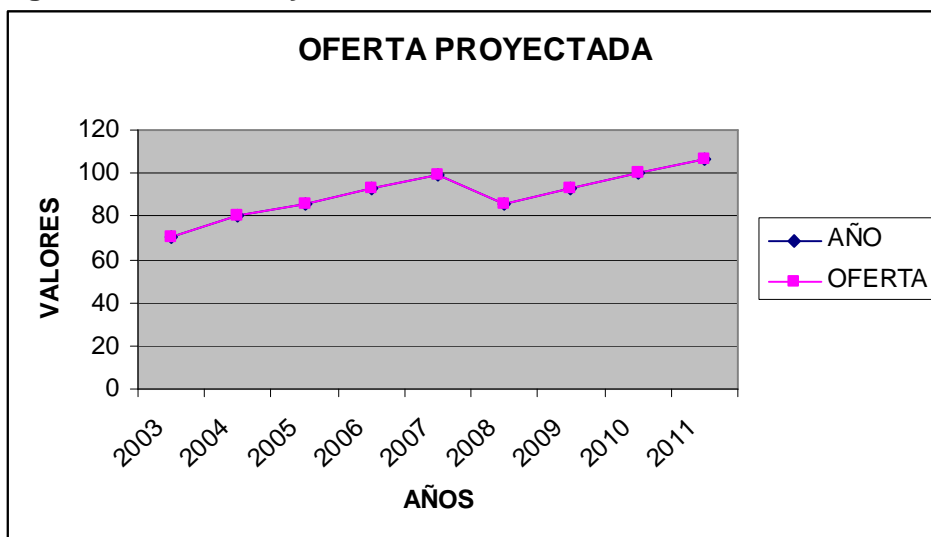
**Cuadro 12: Oferta Proyectada**

AÑO	OFERTA
2003	70
2004	80
2005	86
2006	93
2007	99
<b>2008</b>	<b>85,6</b>
<b>2009</b>	<b>92,7</b>
<b>2010</b>	<b>99,8</b>
<b>2011</b>	<b>106,9</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Y el gráfico resultante de esta proyección es:

**Figura 4. Oferta Proyectada**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

### **2.6.3. Competencia**

En ítems anteriores se nombraron las empresas que prestan servicios similares a los que realizará el Salón de eventos Dosquebradas, a continuación se hace referencia a la empresa de la competencia de acuerdo al mismo servicio, servicios sustitos y/o complementarios:

Empresas prestadoras del mismo servicio

- Casa Real
- Banquetes Brasil
- Hotel el Lago

Empresas Prestadoras de Servicios Sustitutos

- Cámaras de Comercio de Pereira y Dosquebradas
- Hotel Pereira
- Gran Hotel

Empresas Prestadoras de Servicios Complementarios

- Aguamarina Eventos Y Excursiones
- Floristería Flor De Azalea

- Corporación Del Medio Ambiente S.A. - Pueblito Cafetero
- Adriana Uribe Agasajos
- D'buffet Banquetes Y Recepciones
- Abacazum Merlín Recreación
- Agasajos Y Banquetes Restaurante El Mesón Dorado
- Aislamientos Acústicos Almaco Ltda.
- Alquiler Audiovisuales Proyectar
- Amplificación Espectacular
- Animaciones Chiquilín
- Animaniacs Recreación
- Arco Iris Producciones

## **2.7 ESTUDIO DE LA DEMANDA**

Para estudiar la demanda se tuvo en cuenta alguna información secundaria encontrada sobre las empresas que prestan servicios similares, y se analizaron los resultados de las encuestas realizadas para determinar los servicios, los costos e identificar los posibles usuarios.

### **2.7.1 Demanda de Eventos Educativos.**

La demanda de servicios de tipo educativo en Risaralda, crece a gran escala; esto se da, gracias a la toma de conciencia sobre la importancia y la oportunidad que representa la educación en la mejora de la calidad de vida de las personas.

El deseo de realizar estudios formales (técnicos y profesionales) o no formales, (culinaria, artes etc.) que a futuro permitan tener mejores ingresos, se muestra en el incremento y aceptación que tienen los cursos en las cajas de compensación y empresas privadas por parte de clientes y afiliados.

La caja de compensación familiar Comfamiliar de Risaralda en el informe final de gestión de 2006, mostró lo anteriormente planteado; dado que en el ultimo año se capacitaron un total de 12.295 alumnos en los diferentes programas (afiliados, particulares y de FONEDE) de los cuales 9456 eran afiliados y 2839 particulares. Estas cifras aumentaron significativamente con respecto al año 2005 afirmo el gerente general, y se espera que se incrementen para el año 2007.

### **2.7.2 Demanda de Eventos Sociales**

A pesar del aumento en eventos festivos a nivel familiar, en las familias Colombianas a diferencia de los últimos 15 años las personas ya no se casan tanto. Hoy, de cada 100 colombianos, sólo 24 tienen vínculo matrimonial formal,

mientras 27 viven en unión libre o están divorciados. Esto se debe, básicamente, a los avances en materia de derechos para los hijos fuera del matrimonio y al reconocimiento legal de las uniones de hecho. Además, son más comunes los hogares de una o dos personas (27 por ciento)<sup>37</sup>. Igualmente, hay muchas parejas sin hijos.

Las anteriores cifras indican que en materia de celebraciones, los eventos que se organizan para matrimonios, a pesar de que son frecuentes, han disminuido en el transcurso de los últimos años.

A diferencia de los matrimonios, existe mayor oportunidad de organizar eventos para los jóvenes, dado que en Risaralda (según cifras del Dane), hay 859.666 habitantes (al 2005), de las cuales los jóvenes entre las edades (5 a 17) ocupan el 27%<sup>38</sup>. Del total de las personas que residen en Risaralda 49.8% reside en Pereira y el 20.7% pertenece al Municipio de Dosquebradas<sup>39</sup>.

### 2.7.3 Estimación de la Demanda

Para estimar la demanda de los posibles usuarios del Salón de eventos Dosquebradas, se utilizó la tasa de crecimiento geométrica, dado que el incremento poblacional tiene este comportamiento.

Los datos de la población en Risaralda según el Dane en los censos de 1993 y 2005 son:

**Cuadro 13: Habitantes 1993-2005**

AÑO	HABITANTES
1993	744974
2005	844184

Fuente: Proyecciones Dane 2005

Para proyectar la población del Área de Influencia se debe tener en cuenta (según cifras Dane) que de la población total de Risaralda, Pereira tiene el 49.8%, Dosquebradas el 20.7% y Santa Rosa el 8%.

Para determinar la tasa de crecimiento Geométrica se utilizó la siguiente fórmula:

$$Rg = (\text{Valor último} / \text{Valor inicial})^{1/n-1}, \text{ donde:}$$

$$n = 2005 - 1993 = 13$$

<sup>37</sup> [www.universia.net.co/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=9547](http://www.universia.net.co/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=9547)

<sup>38</sup> Fuente, DANE, Encuesta sobre Caracterización de la población entre 5 y 17 años en Colombia, noviembre de 2001

<sup>39</sup> [http://www.eldiario.com.co/bodyindex.php?anteriores=2006-10-17&id\\_noticia=73003&nombre=noticias&padre=5](http://www.eldiario.com.co/bodyindex.php?anteriores=2006-10-17&id_noticia=73003&nombre=noticias&padre=5)



Valor inicial= 744.974

Valor final = 844.184

Según los datos anteriores rg es:

$Rg = 0.01046 = 1.046\%$

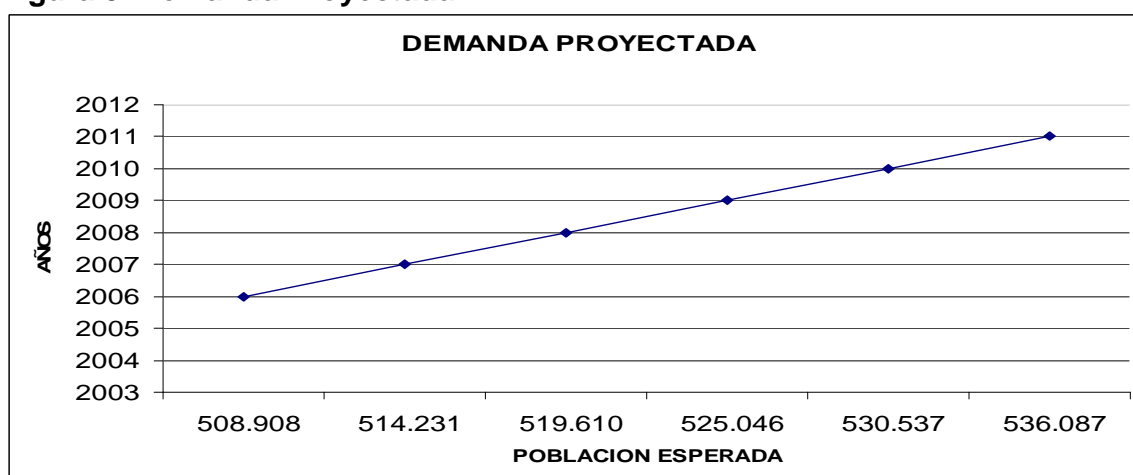
Las proyecciones de la población para los siguientes 5 años son:

**Cuadro14: Proyecciones de la Población**

AÑO	POBLACION ESPERADA RISARALDA	POBLACION ESPERADA PEREIRA	POBLACION ESPERADA DOSQUEBRADAS	POBLACION ESPERADA SANTA ROSA	POBLACION AREA INFLUENCIA	DEMANDA ESTRATOS 3,4,5
2006	853.014	424.801	176.574	68.241	669.616	508.908
2007	861.936	429.244	178.421	68.955	676.620	514.231
2008	870.952	433.734	180.287	69.676	683.697	519.610
2009	880.063	438.271	182.173	70.405	690.849	525.046
2010	889.268	442.855	184.078	71.141	698.075	530.537
2011	898.570	447.488	186.004	71.886	705.377	536.087

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Figura 5. Demanda Projectada**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

## 2.8 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial proyectada comparada con la oferta proyectada es:

**Cuadro 15. Demanda Potencial**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL
2006	508.908	93	508.815
2007	514.231	99	514.132
2008	519.610	85,6	519.524
2009	525.046	92,7	524.953
2010	530.537	99,8	530.437
2011	536.087	106,9	535.980

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Los anteriores datos muestran que en efecto si existe una demanda potencial para realizar el proyecto, sin embargo las empresas prestadoras de servicios para eventos, están inclinadas a prestar los mismos servicios a estratos socio-económicamente altos.

## 2.9 ESTUDIO DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO

Para estudiar la aceptación del servicio e identificar futuros usuarios, se aplicó una encuesta a 100 personas que viven en las ciudades de Santa Rosa, Desquebradas y Pereira.

### 2.9.1 Diseño, Aplicación y Procesamiento de la Encuesta

#### 2.9.1.1 Objetivo General

El objeto de la realización de esta encuesta es la de consultar la aceptación y posibles servicios que desean les sean prestados en eventos a los habitantes de los municipios de Dosquebradas, Santa Rosa y Pereira

#### 2.9.1.2 Descripción de la Encuesta

La encuesta fue desarrollada en un formato de 15 preguntas compuestas por, preguntas abiertas, cerradas y de selección múltiple. Los elementos de valoración en la encuesta fueron:

- Deseo de celebrar fiestas
- Servicios que han sido prestados
- Servicios que gustaría fueran prestados.
- Facilidad de acceso al lugar donde quedara el Salón de Eventos
- Precios

### 2.9.1.3 Ficha Técnica

**Objetivo:** Evaluar la aceptación que tienen los habitantes de Santa Rosa, Dosquebradas y Pereira, sobre la creación de una empresa prestadora de Servicios para eventos de tipo social y educativo, en el municipio de Dosquebradas.

**Grupo Objetivo:** El grupo objetivo comprende a todas los hogares de estratos 2,3 y 4 que pertenecen al área donde tendrá influencia el proyecto. Esta área esta comprendida por Santa Rosa, Dosquebradas y Pereira.

**Modalidad:** Muestreo aleatorio simple.

**Muestra:** Por el comportamiento que posee la población objeto de estudio se selecciono el muestreo aleatorio simple por proporciones, para ello se utilizaran las siguientes formulas:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 N + Z^2 pq}$$

Según las fórmulas anteriores los datos requeridos para hallar el número de hogares a entrevistar fueron:

**Población (N):** La población total del proyecto, es la sumatoria del número de habitantes de las ciudades del Área de Influencia que pertenecen a estratos socioeconómicos 3, 4 y 5. Estos datos se muestran en el cuadro 16:

**Cuadro 16. Habitantes Área de Influencia**

Ciudades del Área de Influencia	No. Hogares (estratos 3, 4 y 5)
Pereira	81.395
Santa Rosa	12.808
Dosquebradas	32.956
<b>TOTAL</b>	<b>127.159</b>

Fuente: [www.risaralda.gov.co](http://www.risaralda.gov.co)

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza (95%).

P = Probabilidad de que el evento ocurra (50%).

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%).

E = Error permitido (5%).

N – 1 = Factor de corrección por finitud.

Para los datos anteriores la muestra es:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 127159}{(0.05^2 * (127.159 - 1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

n= 383.

El número de encuestas a realizar para obtener una confiabilidad del 95% es de 383; sin embargo para efectos del estudio y por la dificultad de realizar este número de encuestas, se escogió el muestreo aleatorio simple con 100 personas a encuestar, escogidos al azar de los distintos sectores del Área de influencia, teniendo en cuenta la homogeneidad de la población interesada en el proyecto.

**No. de Encuestas:** 100

**Técnica de entrevista:** Cuestionario estructurado para entrevista personal.

**Periodo de realización:** Octubre y noviembre de 2007

**Encuestadora:** Ana María Obando García.

#### **2.9.1.4 Análisis de los Resultados de la Encuesta**

Para determinar la aceptación, los servicios a prestar y la identificación de posibles usuarios del Salón de eventos Dosquebradas, se desarrollo la siguiente encuesta:

## SALÓN DE EVENTOS DOSQUEBRADAS ESTUDIO DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO

La presente encuesta es de carácter académico para el estudio de mercados del trabajo de grado: “Estudio de factibilidad para crear una empresa prestadora de servicios de eventos de tipo social y educativo en Dosquebradas Risaralda” de la facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

**Encuesta No.** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_  
**Encuestador (a):** \_\_\_\_\_ **Lugar:** \_\_\_\_\_  
**Nombre:** \_\_\_\_\_  
**Género** M \_\_\_ F \_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

### PRIMERA PARTE

1. ¿Le agrada festejar diversos acontecimientos importantes en su vida o en la de sus familiares y amigos, como p.e. matrimonio, cumpleaños, primeras comuniones etc.?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_ Se da por terminada la encuesta.

2. ¿Dónde le gusta realizar sus celebraciones?

En su casa

Casa Real

Club del Comercio

Hotel Pereira

Gran Hotel

Casetas Comunales

Otros

¿cuales? \_\_\_\_\_

3. ¿Con que frecuencia realiza usted sus fiestas?

• Cada año \_\_\_\_\_

• Cada 2 años \_\_\_\_\_

• Cada tres \_\_\_\_\_

• ¿Otra cual? \_\_\_\_\_

4. ¿Le gustaría que en el Barrio Santa Isabel de Dosquebradas existiera una empresa que prestara todos los servicios de logística y organización para reuniones de tipo social?

Si \_\_\_\_\_ ¿Contrataría usted los servicios de esa empresa? Si\_\_\_\_\_ No  
\_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

5. ¿Que servicios le han prestado las demás empresas prestadoras de servicios de festejos?

- Decoración del salón
- Decoración de la iglesia
- Decoración de Flores
- Música
- Comidas
- Licores
- Tarjetería
- Pasabocas
- Meseros

Otros\_\_\_\_\_

¿Cuales?\_\_\_\_\_

6. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le prestaran en estas empresas prestadoras de servicios para festejos?

- Tarjetería
- Confirmación de asistentes
- Recordatorios
- Video
- Publicación en periódicos
- Exposición de fotos
- Mariposarios
- Prueba de comidas
- Preparación de bailes
- Video de agradecimiento
- Tarjetas de agradecimiento

7. ¿Cuántas personas estaría usted dispuesta a invitar a una celebración?

Entre 20 y 30 \_\_\_\_\_

Entre 30 y 40 \_\_\_\_\_

Entre 50 y 70 \_\_\_\_\_  
 Entre 70 y 100 \_\_\_\_\_  
 Más de 100? \_\_\_\_\_  
 NS/NR \_\_\_\_\_

8. ¿Cuanto estaría usted dispuesta a pagar por los servicios de preparación de eventos?

(Mostrar folleto con opciones)

Rango de Valores (\$)	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
Entre (500.000 y 1.000.000)			
Entre (1.000.000 y 1.500.000)			
Entre (1.500.000 y 2.000.000)			
Entre (2.000.000 y 2.500.000)			
Más de 2.500.000			

### SEGUNDA PARTE

1. ¿Le agradan las conferencias, las clases de manualidades o educativas?

SI \_\_\_\_\_  
 NO \_\_\_\_\_ (se da por terminada la encuesta)

2. ¿Asiste usted con regularidad a estas clases?

Si \_\_\_\_\_ (pasar a la pregunta 3)  
 No \_\_\_\_\_ (pasar a la 4)

3. ¿A que sitios asiste usted a estas clases?

Comfamiliar \_\_\_\_\_  
 Sena \_\_\_\_\_  
 Colegios \_\_\_\_\_  
 Universidades \_\_\_\_\_

Casetas comunales \_\_\_\_\_  
 Otra \_\_\_\_\_ ¿Cual? \_\_\_\_\_

4. ¿De qué clase de cursos le gustaría participar?

- Administrativos
- Manualidades  ¿Cuales? Culinaria   
 Tejidos   
 Collares   
 Pintura   
 ¿Otros   
 cuales? \_\_\_\_\_
- Temas de interés social
- Cuidados de la casa y los niños

5. ¿Estaría usted dispuesto a asistir a cursos en el barrio Santa Isabel de Dosquebradas?

SI \_\_\_\_\_  
 NO \_\_\_\_\_

6. ¿Dicta usted algún curso?

SI \_\_\_\_\_ ¿Le gustaría dictarlo en el Barrio Santa Isabel de Dosquebradas?

Si \_\_\_\_\_ pasar a la pregunta 7  
 No \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_ (se da por terminada la encuesta)

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por hora en un salón para dictar sus cursos?

(Mostrar folletos con opciones)

Rango de Valores (\$)	PAQUETE 1	PAQUETE 2
10.000 y 20.000		
20.000 y 30.000		
30.000 y 40.000		
40.000 y 50.000		
Mas de 50.000		



El listado de paquetes mostrados a los encuestados fue:

### **Eventos de tipo social (fiestas de cumpleaños, matrimonios etc.)**

#### **Paquete 1**

El paquete incluye:

- Decoración del salón.
- Decoración la iglesia.
- Comida tipo Buffet incluye pasabocas.
- Mesas y sillas vestidas
- Arreglos florales.
- Música, Dj (animación)
- Ponqué y decoración de la mesa de ponqué.
- Cubiertos, servilletas, Platos, gaseosas y copa de champaña.
- Grabaciones, videos y fotos del evento.
- Alquiler del Salón.
- Meseros.
- Licores y bebidas en general ilimitadas
- Mesa de baúl de sobres o regalos

#### **Paquete 2**

El paquete incluye:

- Alquiler del salón
- Decoración del salón.
- Comida tipo buffet
- Una sola ronda de champaña.
- Música de fondo
- Cubiertos, servilletas, platos gaseosas y copa de champaña.
- Mesas y sillas vestidas
- Meseros
- Arreglos florales.
- Mesa de torta decorada.
- Mesa de baúl de sobres o regalos

#### **Paquete 3**

El paquete incluye:

- Alquiler del Salón
- Una ronda de copa de Champaña
- Decoración mesa de ponqué
- Cubiertos, Platos, servilletas, gaseosas y copa de champaña.

- Mesas y sillas vestidas.
- Arreglos florales.
- Meseros.

### **Eventos de tipo educativo (reuniones, exposiciones, clases etc.)**

#### **Paquete 1:**

El paquete incluye:

- Videobeam
- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Refrigerio y/o almuerzo.(opcional)
- Sillas y mesas

#### **Paquete 2:**

El paquete incluye:

- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Sillas y mesas.

### **Ciudades Encuestadas**

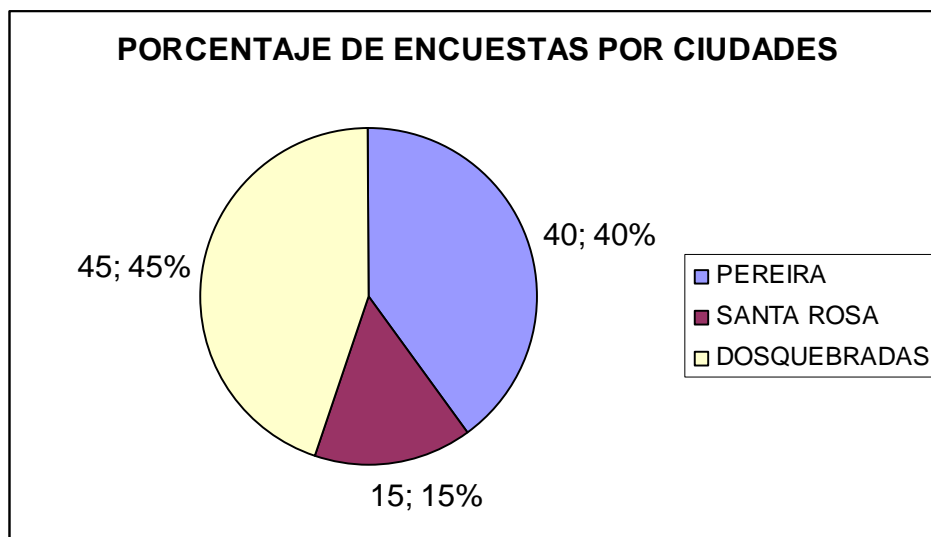
Las ciudades encuestadas fueron:

#### **Cuadro 17. Numero de encuestas hechas por ciudad**

<b>CIUDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>
PEREIRA	40
SANTA ROSA	15
DOSQUEBRADAS	45
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Figura 6. Porcentaje de encuestas por ciudades**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

El número de personas encuestadas en Pereira fue de 40, en Dosquebradas 45 y en Santa Rosa 15.

### **GENERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS**

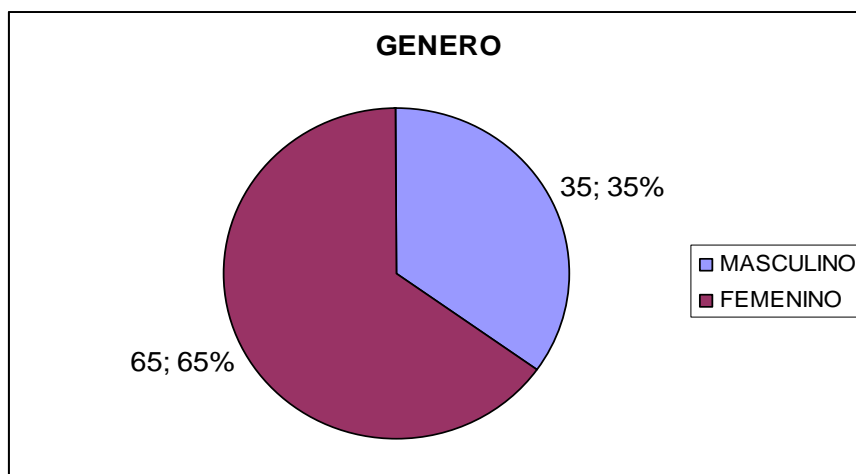
De las 100 personas encuestadas 35 fueron hombres y 65 mujeres.

#### **Cuadro 18. Genero de los encuestados**

<b>GENERO</b>	<b>CANTIDAD</b>
MASCULINO	35
FEMENINO	65

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Figura 7. Genero de los Encuestados**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

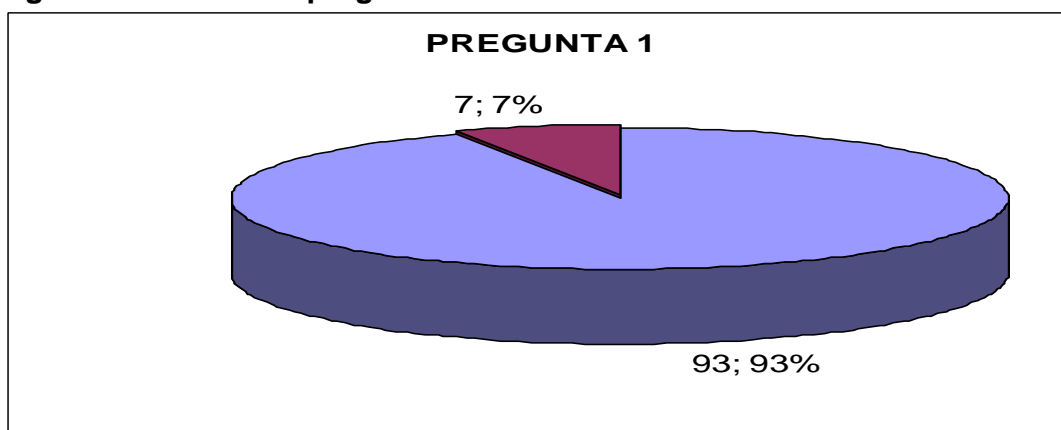
### Primera parte

Parte de la encuesta dirigida a la celebración de eventos de tipo social.

### Pregunta 1

¿Le agrada festejar diversos acontecimientos importantes en su vida o en la de sus familiares y amigos, como p.e. matrimonio, cumpleaños, primeras comuniones etc.?

**Figura 8. Grafico de pregunta 1**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

De los 100 encuestados, 93 personas manifestaron su agrado hacia las celebraciones, mientras que otras 7 personas dijeron que no les era agradable celebrar ningún acontecimiento y para ellas la encuesta se dio por terminada.

## Pregunta 2

¿Dónde le gusta realizar sus celebraciones?

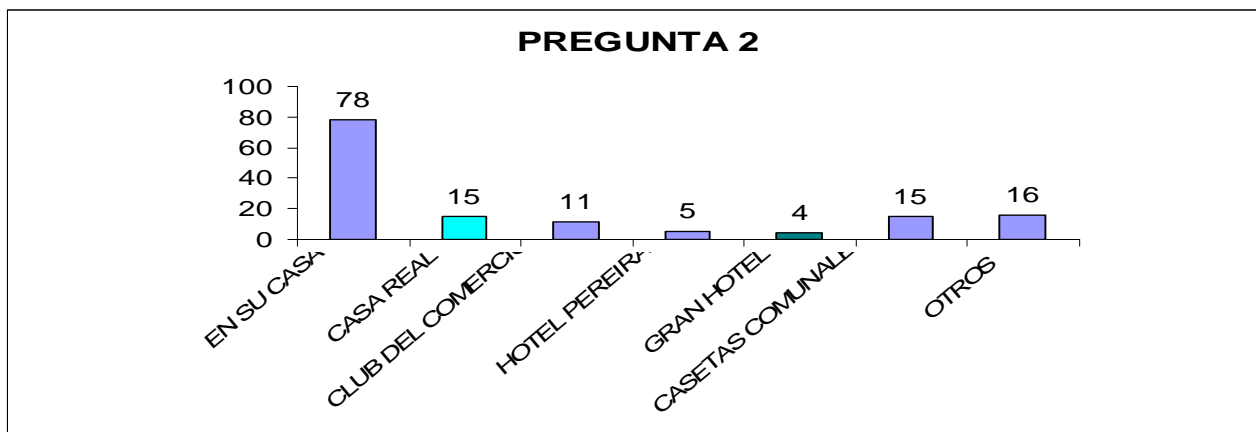
Esta pregunta es abierta y las diferentes opciones tuvieron los siguientes resultados:

### Cuadro19. Sitios de Celebraciones de los encuestados

EN SU CASA	CASA REAL	CLUB DEL COMERCIO	HOTEL PEREIRA	GRAN HOTEL	CASETAS COMUNALES	OTROS
78	15	11	5	4	15	16

Fuente: Autora del Proyecto 2008

### Figura 9. Lugares de Celebraciones de los encuestados

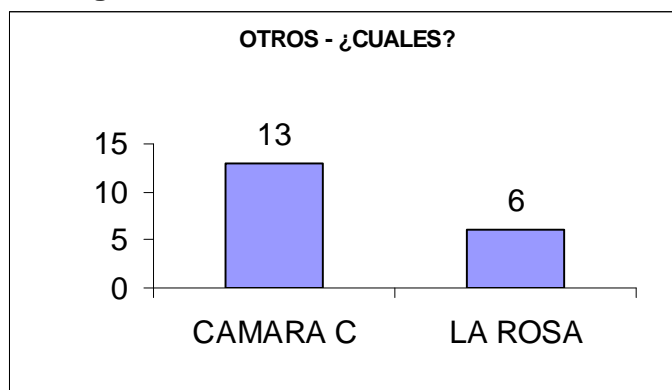


Fuente: Autora del Proyecto 2008

En el gráfico anterior se muestra que la gran mayoría de las personas les agrada realizar sus festejos en las casas (78), esto se debe a los altos costos de las empresas prestadoras de servicios para eventos, sin embargo también muchas personas les agrada celebrarlas en otros sitios como Casa Real, Club del Comercio, Casetas comunales entre otras, por la comodidad de las instalaciones y el préstamo de los servicios.

De las 16 personas que respondieron otros sitios, 13 se inclinaron por las cámaras de Comercio y 6 por un salón que alquila la Fábrica de galletas la Rosa.

**Figura 10. Otros lugares**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Pregunta 3**

¿Con que frecuencia realiza usted sus fiestas?

Esta pregunta es cerrada, y la diferencia entre cada una de las opciones no son grandes, la primera opción era la de cada año y tuvo 39 personas, mientras que la segunda y la tercera con cada 2 y cada 3 años, fueron 27 y 23 consecutivamente.

**Cuadro 20. Frecuencia de Celebraciones**

CADA AÑO	CADA 2 AÑOS	CADA TRES AÑOS	OTRA
39	27	23	4

Fuente: Autora del Proyecto 2008

La pregunta abierta con la opción de elegir otra serie de tiempo, la respondieron 4 personas.

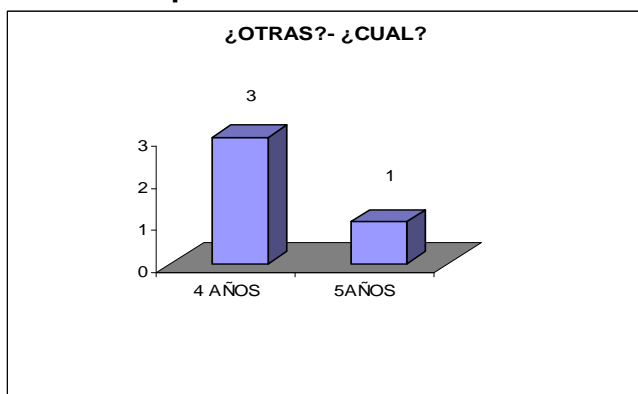
**Cuadro 21. Otras opciones**

4 AÑOS	5 AÑOS
3	1

Fuente: Autora del Proyecto 2008

De las 4 personas, 3 personas manifestaron que realizaban celebraciones aproximadamente cada 4 años mientras que 1 los celebra cada 5 años.

**Figura 11. Otras opciones**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Pregunta 4**

¿Le gustaría que en el Barrio Santa Isabel de Dosquebradas existiera una empresa que prestara todos los servicios de logística y organización para reuniones de tipo social?

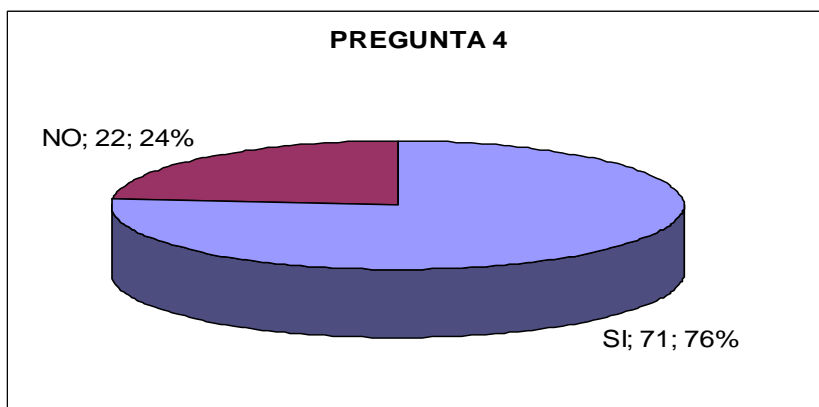
De las 93 personas 71 manifestaron su agrado por la idea antes planteada, mientras que 22 respondieron no.

**Cuadro 22. Agrado por la prestación de Servicios en Santa Isabel**

SI	NO
71	22

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 12. Grafico prestación de Servicios



Fuente: Autora del Proyecto 2008

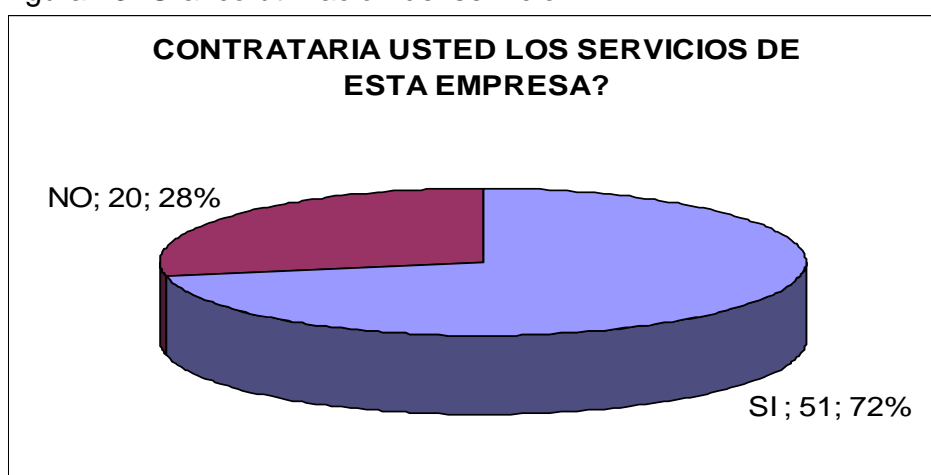
De las personas que expresaron su agrado con la realización del proyecto, 51 aseguraron querer celebrar algún evento festivo en este sitio, mientras que 20 personas respondieron negativamente ante la propuesta.

**Cuadro 23. Intención de celebrar un evento festivo**

SI	NO
51	20

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 13. Grafico utilización del servicio



Fuente: Autora del Proyecto 2008



### Pregunta 5

¿Que servicios le han prestado las demás empresas prestadoras de servicios para sus festejos?

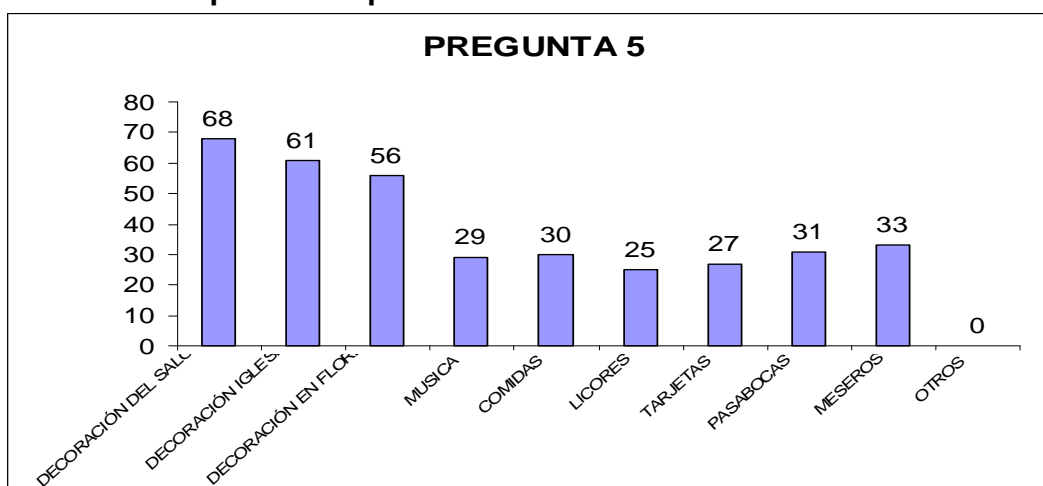
Esta pregunta es abierta y pretende identificar los servicios que las personas recuerdan les hayan prestado otras empresas organizadoras de eventos.

Cuadro 24. Servicios de otras casas de eventos

DECORACIÓN DEL SALON	DECORACIÓN IGLESIA	DECORACIÓN FLORES Y FRUTAS	MUSICA	COMIDAS	LICORES	TARJETAS	PASABOCAS	MESEROS	OTROS
68	61	56	29	30	25	27	31	33	0

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 14. Servicios prestados por otras casas de eventos



Fuente: Autora del Proyecto 2008

Las opciones más representativas en esta pregunta abierta fueron la decoración de salón con 68, decoración de iglesia con 61, y las decoraciones con flores y frutas 56; esta última se refiere a ramos, pétalos y frutas como decoración.

### Pregunta 6

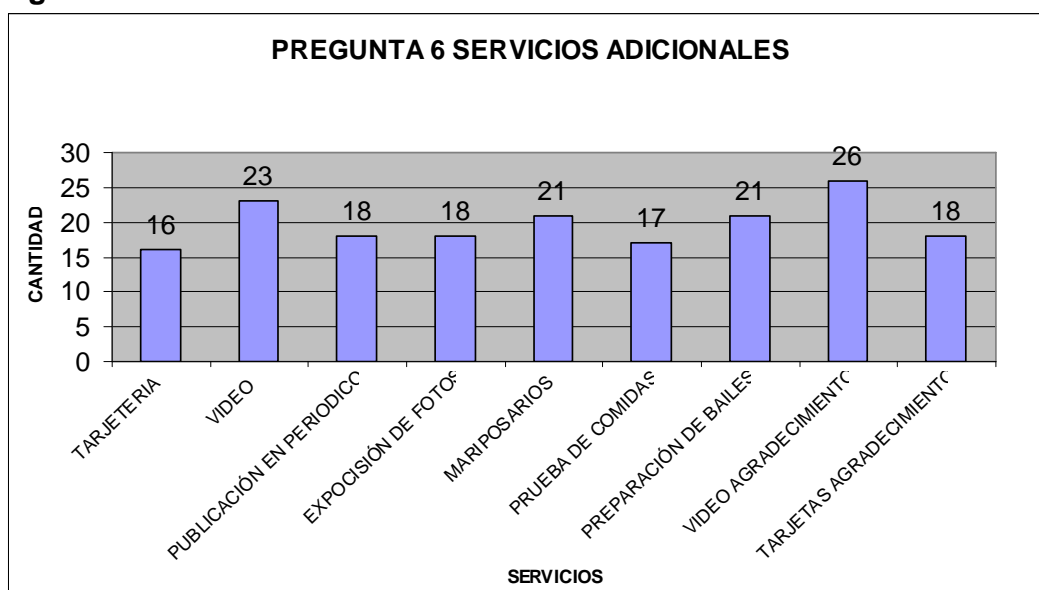
¿Qué servicios adicionales le gustaría que le prestaran en estas empresas prestadoras de servicios para festejos?

Cuadro 25. Prestación de servicios adicionales

TARJETERIA	VIDEO	PUBLICACIÓN EN PERIODICOS	EXPOSICIÓN DE FOTOS	MARIPOSAS	PRUEBA DE COMIDAS	PREPARACIÓN DE BAILES	VIDEO AGRADECIMIENTO	TARJETAS AGRADECIMIENTO
16	23	18	18	21	17	21	26	18

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 15. Servicios adicionales



Fuente: Autora del Proyecto 2008

Esta pregunta pretende consultar a las personas encuestadas sobre otras opciones a la hora de organizar un evento festivo.

Las opciones más representativas fueron el video de agradecimiento (26) para los invitados y el video de recuerdo (23) de lo que aconteció durante todo el evento. Las otras opciones están muy seguidas, sin embargo se observa una gran inclinación de las personas hacia los mariposarios que consisten en liberar mariposas en momentos culminales de la celebración.

### Pregunta 7

¿Cuántas personas estaría usted dispuesta a invitar a una celebración?

El intervalo donde se encuentran la mayoría de las respuestas es el de 70-100 con 34 respuestas, seguido de 31-40 con 18.

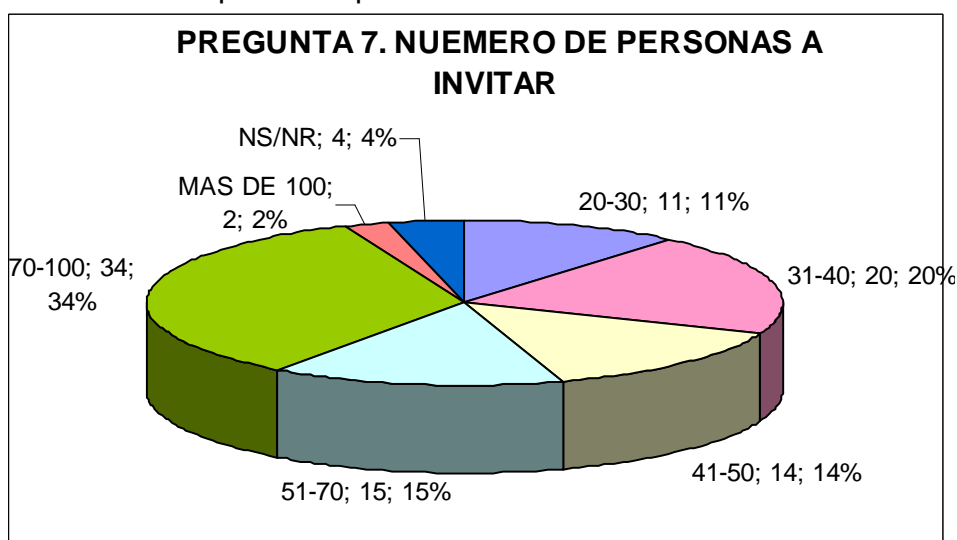
Cuadro 26. Numero de personas por evento

20-30	31-40	41-50	51-70	70-100	MAS DE 100	NS/NR
9	18	12	15	34	2	3

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Lo anterior nos muestra, que en la gran mayoría de los eventos, las personas invitan a un poco más de 70 personas, y cuentan con unos invitados de más.

Figura 16. Numero de personas por evento



Fuente: Autora del Proyecto 2008

### Pregunta 8

¿Cuanto estaría usted dispuesta a pagar por los servicios de preparación de eventos?

Las 93 personas según los folletos eligieron los rangos de valores por paquetes.

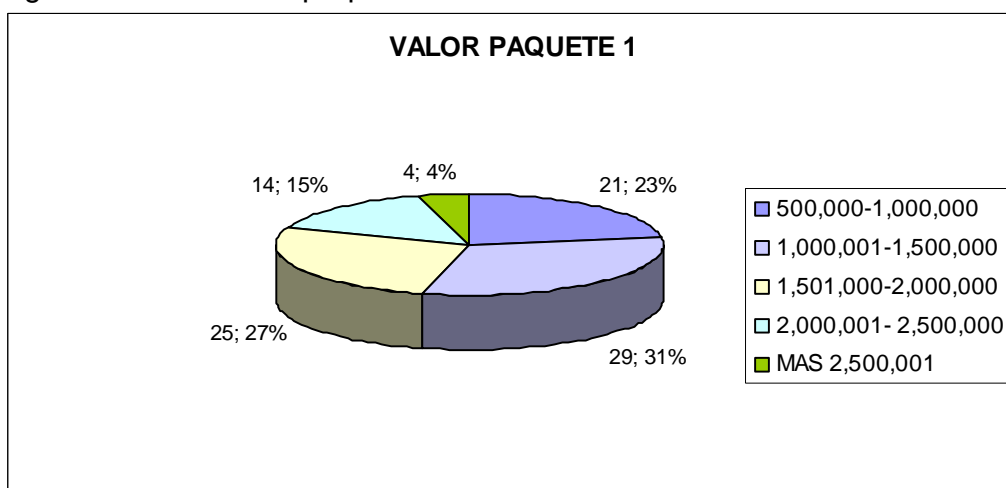
Para el paquete 1, la gran mayoría de los encuestados eligieron los rangos que se encuentran entre un millón uno y dos millones. Es decir de las 93 personas encuestadas 29 eligieron el rango 2 entre un millón un mil y un millón quinientos mil, y otras 25 optaron por el rango 3 entre un millón quinientos mil uno y dos millones.

Cuadro 27. Costos de los paquetes

500,000-1,000,000	1,000,001-1,500,000	1,501,000-2,000,000	2,000,001-2,500,000	MAS 2,500,001
21	29	25	14	4

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 17. Costos del paquete 1



Fuente: Autora del Proyecto 2008

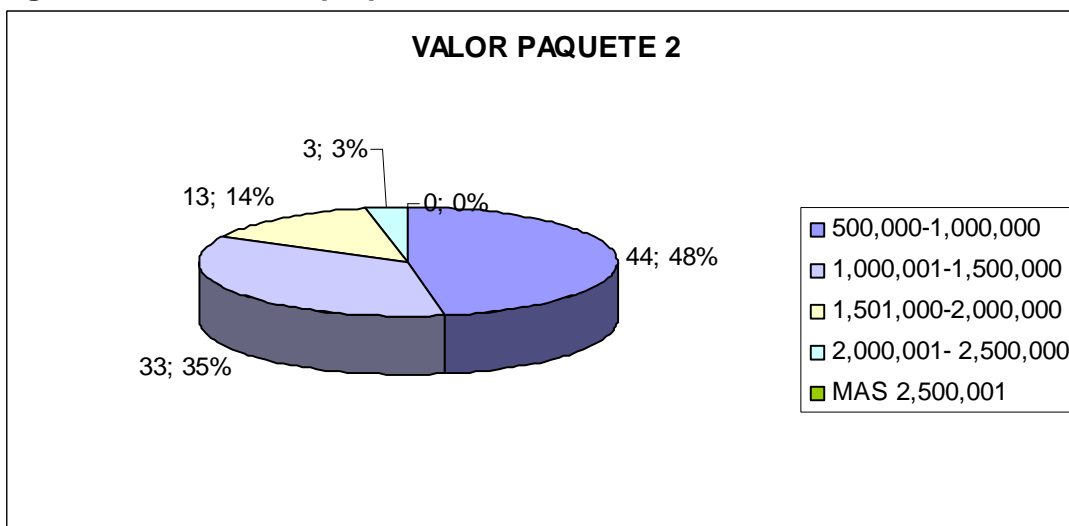
Para el paquete 2, el rango de valores que tuvo mayor elección con un 48% (44 personas), fue entre un quinientos mil pesos y un millón, seguido del rango de un millón y un millón quinientos mil, con el 35% (33 personas).

Cuadro 28. Costos del paquete 2

500,000-1,000,000	1,000,001-1,500,000	1,501,000-2,000,000	2,000,001-2,500,000	MAS 2,500,001
44	33	13	3	0

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Figura 18. Costos del paquete 2.**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

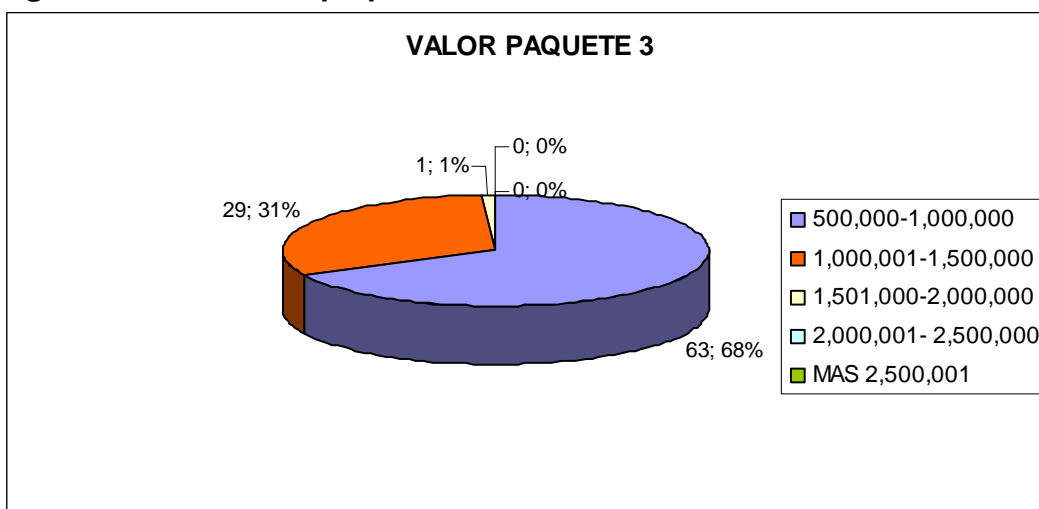
Para el paquete 3, el rango de valores que tuvo mayor elección entre los encuestados fue el de quinientos mil y un millón.

**Cuadro 29. Costos del paquete 3.**

500,000-1,000,000	1,000,001-1,500,000	1,501,000-2,000,000	2,000,001-2,500,000	MAS 2,500,001
63	29	1	0	0

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Figura 19. Costos del paquete 3**



**Fuente: Autora del Proyecto 2008**  
**Segunda Parte**

Esta parte de la encuesta esta dirigida a la celebración de eventos de tipo educativo o cultural.

**Pregunta 1**

¿Le agradan las conferencias, las clases de manualidades o educativas?

Cuadro 30. Agrado de conferencias

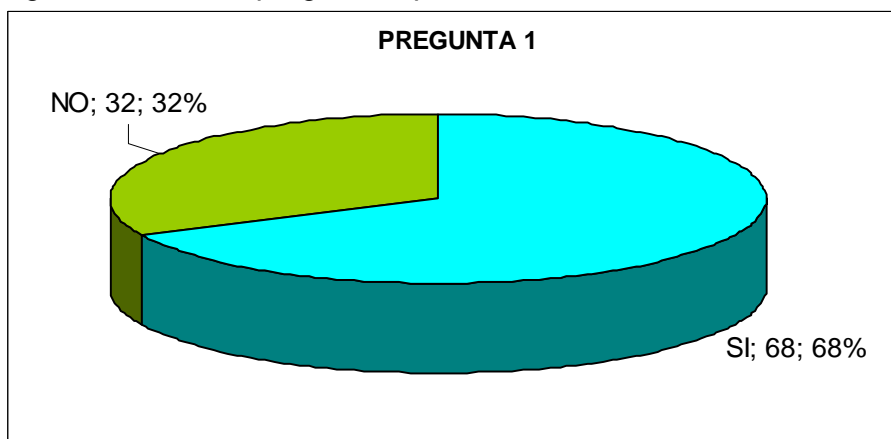
SI	NO
68	32

Fuente: Autora del Proyecto 2008

De las 100 encuestados, el 68% (68 personas) manifestaron su agrado por las charlas, exposiciones y clases, mientras que un 32% (32 personas) manifestaron no tener interés por este tipo de actividades.

Para las 32 personas encuestadas que no les gustan las actividades de tipo educativo o cultural, se les dio por terminada la encuesta.

Figura 20. Grafica pregunta 1 parte 2



Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Pregunta 2**

¿Asiste usted con regularidad a estas clases?

De las 68 encuestados, 42 respondieron si, porque participan frecuentemente de diversos cursos, debido a la pertenencia a cajas de compensación familiar u otros.

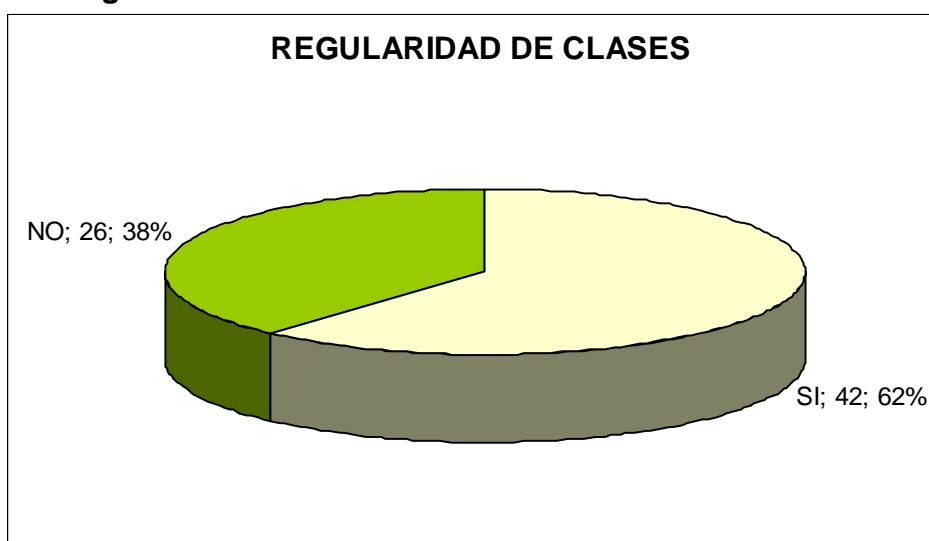
Los encuestados que dijeron no asistir con regularidad (26 personas), a cursos, charlas o conferencias, manifestaron la falta de tiempo, la poca cercanía de los sitios donde se dictan las clases o el costo de los cursos y materiales

Cuadro 31. Regularidad

SI	NO
42	26

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 21. Regularidad



Fuente: Autora del Proyecto 2008

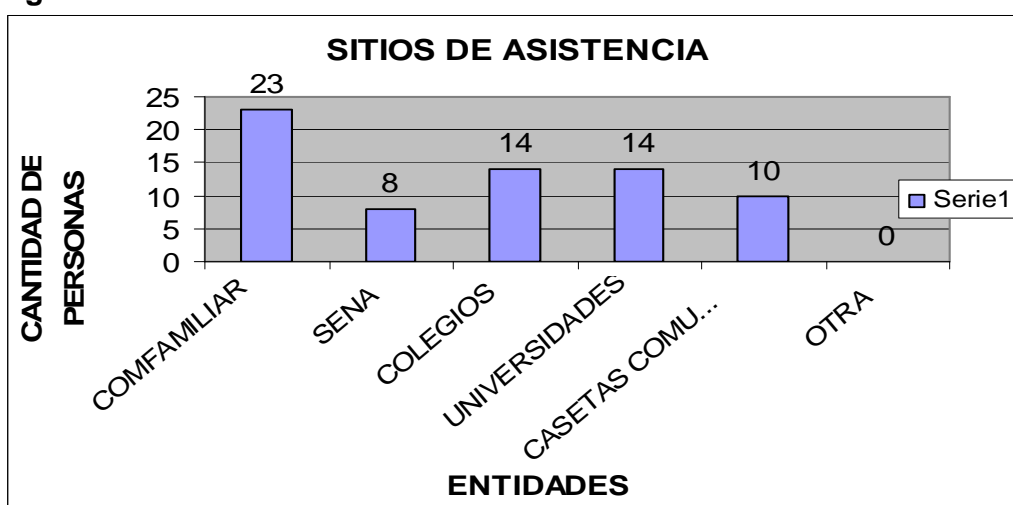
### Pregunta 3

¿A que sitios asiste usted a estas clases?

Esta pregunta es de selección múltiple, y se les realizó a las personas que respondieron si en la pregunta número 2. Los demás encuestados pasaron a la pregunta 4.

De los 43 encuestados que manifestaron asistir con regularidad a estas clases, la gran mayoría ha asistido a comfamiliar (23 personas), otros sitios como colegios (14 personas) universidades (14 personas), casetas comunales (10 personas), y Sena (8 personas), han sido sitios clave para la asistencia de muchas personas a cursos, charlas entre otras.

**Figura 22. Sitios de asistencia**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

#### Pregunta 4

¿De qué clase de cursos le gustaría participar?

Esta pregunta es de selección múltiple, y con ella se pretende explorar las áreas de cursos en los que la gente quiere participar.

De los 68 encuestados, la opción que tuvo mayor preferencia fue la de manualidades, con 53 personas que la eligieron.

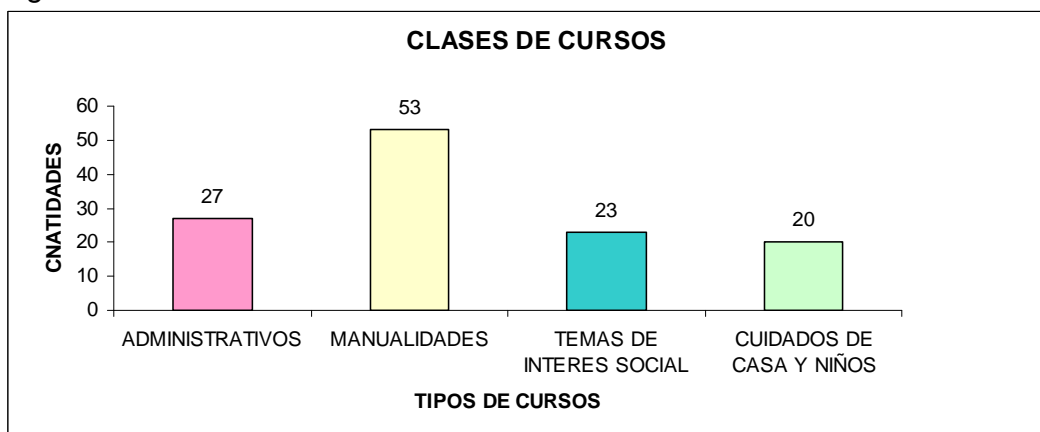
**Cuadro 32. Temas de los cursos**

ADMINISTRATIVOS	MANUALIDADES	TEMAS DE INTERES SOCIAL	CUIDADOS DE CASA Y NIÑOS
27	53	23	20

Fuente: Autora del Proyecto 2008



Figura 23. Temas de los cursos



Fuente: Autora del Proyecto 2008

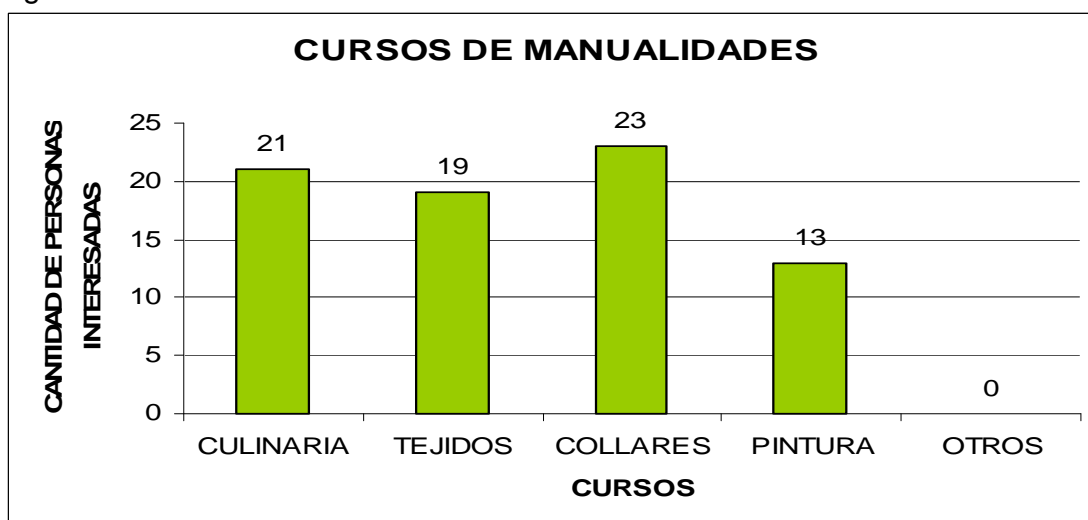
De las 53 personas que eligieron la opción de cursos de manualidades, las opciones más elegidas fueron culinaria con 21 elecciones y clases de (collares) bisutería con 23 elecciones.

Cuadro 33. Opciones en manualidades

CULINARIA	TEJIDOS	COLLARES	PINTURA	OTROS
21	19	23	13	0

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 24. Cursos de manualidades



Fuente: Autora del Proyecto 2008

### Pregunta 5

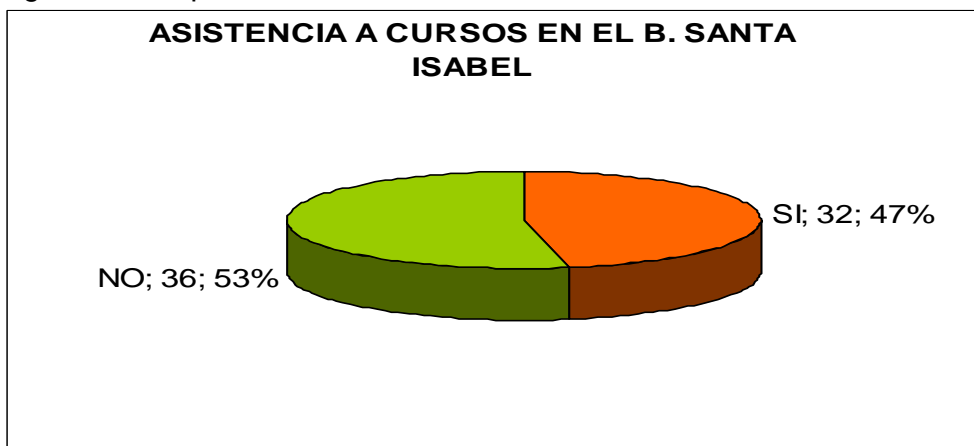
¿Estaría usted dispuesto a asistir a cursos en el barrio Santa Isabel de Dosquebradas?

Cuadro 34. Disponibilidad para asistencia

SI	NO
32	36

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 25. Disponibilidad de asistencia



Fuente: Autora del Proyecto 2008

De los 68 encuestados, 32 afirmaron que les gustaría asistir a algún curso en Santa Isabel, mientras que otras 36 manifestaron su inconformismo, porque este barrio no queda cerca de su sitio de trabajo, o de su vivienda.

### Pregunta 6

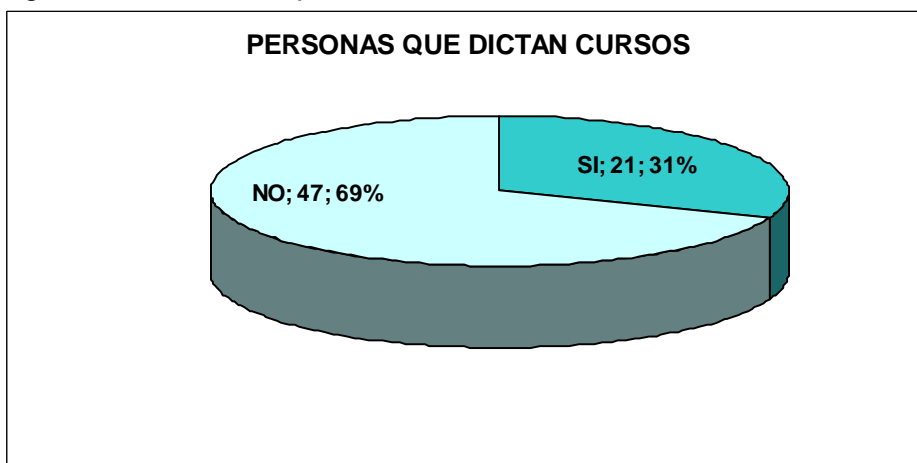
¿Dicta usted algún curso?

Cuadro 35. Pregunta 6

SI	NO
21	47

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 26. Personas que dictan cursos



Fuente: Autora del proyecto 2008

De los 68 encuestados, 21 afirmaron estar en capacidad de dictar algún curso de manualidades o áreas similares, de las cuales 12 personas afirmaron que les gustaría dictarlo en el barrio Santa Isabel.

Las personas que manifestaron no estar en capacidad de dictar algún curso, la encuesta se les dio por terminada.

Figura 27. Disponibilidad para dictar cursos



Fuente: Autora del Proyecto 2008

### Pregunta 7

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por 3 horas en un salón para dictar sus cursos?

Para obtener una respuesta a cerca de lo que la gente estaría dispuesta a pagar por una hora de clases en el Salón de eventos Dosquebradas, se mostraron los servicios que se ofrecían en cada uno de los paquetes para que la gente calculara el valor que pagarían.

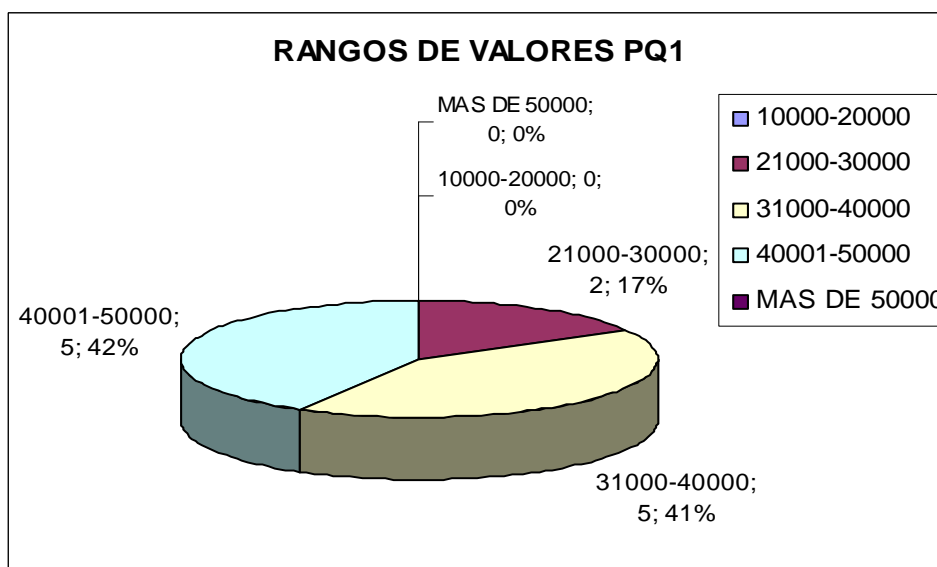
Para el paquete 1 los rangos de valores con más elecciones fueron los de 31000-40000 y 40001- 50000, solo dos personas eligieron el rango entre 21000-30000, sin embargo los dos rangos anteriormente mencionados se encuentran en el valor que será cobrado.

Cuadro 36. Costo de los cursos

10000-20000	21000-30000	31000-40000	40001-50000	MAS DE 50000
0	2	5	5	0

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 28. Costos de los cursos



Fuente: Autora del Proyecto 2008

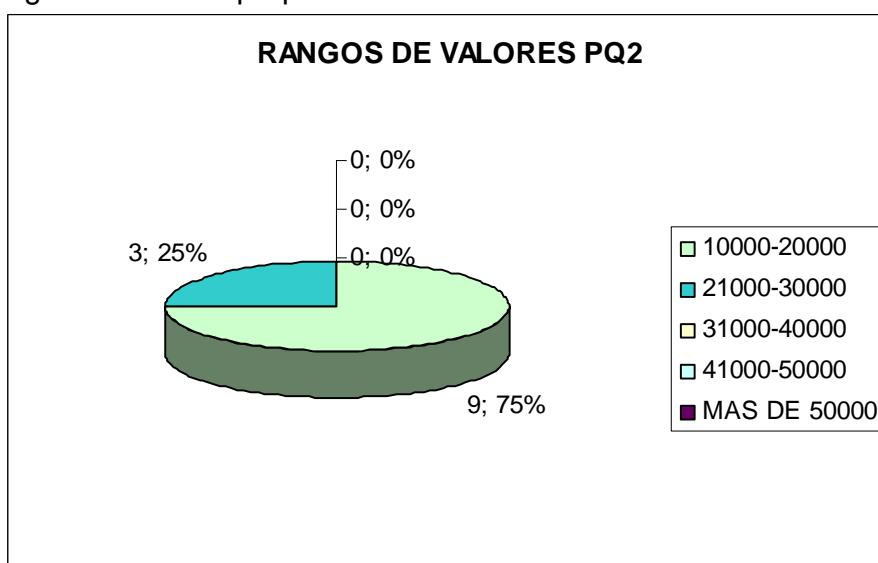
Para el paquete 2, la gran mayoría de las personas encuestadas eligieron el rango de valores comprendido entre 10000 y 20000. Estos valores se encuentran muy cercanos al valor que realmente será cobrado.

Cuadro 37. Costo paquete 2

10000-20000	21000-30000	31000-40000	40001-50000	MAS DE 50000
9	3	0	0	0

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Figura 29. Costo paquete 2



Fuente: Autora del Proyecto 2008

## 2.10 COMERCIALIZACIÓN

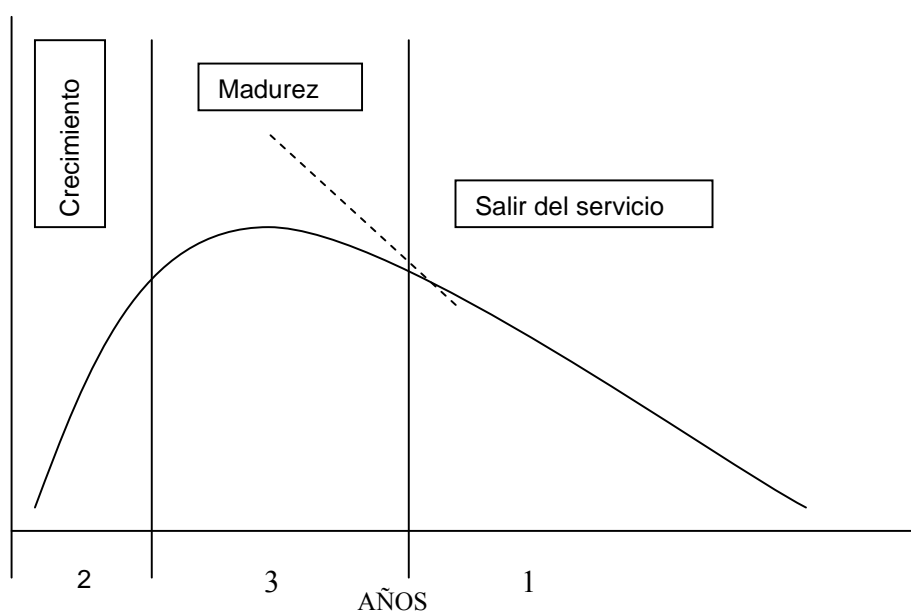
En la etapa de comercialización, se llevaran a cabo tres actividades de mercadeo, las cuales permitirán que se den todos los movimientos entre oferente y demandantes de los servicios, con el fin de lograr un intercambio que proporcione el mayor grado de concertación entre las partes.

### 2.10.1 Actividades de Planeación y Promoción

Las actividades de planeación y promoción están compuestas por los siguientes ítems:

*Planeación:* El ciclo de vida de los servicios que se prestarán en el Salón de Eventos, están sujetos a las necesidades y exigencias del cliente, las cuales son pautadas por la moda y la tecnología, es decir; frecuentemente se debe de cambiar las fiestas tema, la decoración del salón para las reuniones festivas, y los elementos audiovisuales de los expositores.

Figura 30. Ciclo del Servicio



*Fuente: Autora del Proyecto2008*

*Lanzamiento:* Para la apertura del salón de eventos se repartirán volantes, en el barrio Santa Isabel, y se pautará una propaganda radial de lanzamiento, para transmitir en varias emisoras, además se creará un descuento por apertura para las personas que soliciten los servicios del Salón de Eventos durante los tres primeros meses de inaugurarse el Salón de eventos Dosquebradas.

*Publicidad:* Se provee posicionar los servicios del Salón de Eventos en seis meses, por lo cual se pretende seguir pautando en emisoras y exponer los

servicios en los eventos que organiza la Cámara de Comercio de Dosquebradas; a si mismo se creara un aviso en las paginas amarillas, anunciando los servicios del salón.

*Presentación:* La presentación de los servicios de eventos será por medio de fotos en catálogos, mostrando la distribución y la organización del salón, así mismo se tendrá una lista de lo equipos y otros servicios que se podrán prestar.

*Ventas:* Las ventas de los servicios se realizaran directamente con la persona que los solicite y sin intermediarios.

PRODUCTOR----→ CONSUMIDOR

### **2.10.2 Actividades Físicas**

*Transporte:* El transporte de los ramos de rosas, y de algún otro adorno, necesario para la decoración, se realizara en un carro particular, con el que se cuenta para dichos trámites.

*Almacenamiento:* La decoración o preparación del salón se realizara un día antes del evento; sin embargo la decoración con flores, se colocará el mismo día del evento.

*Prestación Del Servicio:* Los servicios contratados serán prestados en el Salón de Eventos el día estimado para la reunión festiva o educativa. Dichos servicios serán contratados con la(s) persona(s) interesada(s), sin manejar ninguna clase de intermediario.

## **2.11 DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Las estrategias de comercialización utilizadas para dar a conocer el Salón de Eventos serán:

- Participar en los eventos organizados por la Alcaldía y la Cámara de Comercio de Dosquebradas para dar a conocer el Salón de Eventos y los servicios ofrecidos.
- Permanentemente se realizaran actualizaciones en las fiestas tema y en la decoración de eventos.
- Tener una página Web para dar a conocer a usuarios en Internet, los servicios que se prestan.
- En el salón de eventos se tendrá un álbum de fotos con diferentes decoraciones para los eventos festivos y otro álbum de fotos con eventos educativos.

- Inscribirse en las Páginas Amarillas, para dar a conocer el Salón de eventos Dosquebradas, en el directorio Telefónico y en Internet.

## **2.12 ESTUDIO DE PRECIOS Y TARIFAS**

El estudio de precios se realizó con base a los resultados arrojados de las encuestas y a la comparación de precios de otras empresas prestadoras de servicios festivos.

### **2.10.1 Función de Costos de los Servicios Ofrecidos**

Para ingresar al mercado (Dosquebradas, Santa Rosa y Pereira) y ser competitivos, la función de costos será:

$$P. \text{ Venta} = \sum \text{Costos Fijos} + \sum \text{Costos Variables} + 30\% \text{ utilidad}$$

Aplicando la anterior fórmula a los paquetes propuestos para eventos educativos y festivos, los precios serán:

### **Eventos Festivos (Para 80 personas)**

Paquete 1:

- Decoración del salón.
- Decoración de la iglesia.
- Comida tipo Buffet incluye pasabocas.
- Mesas y sillas vestidas
- Arreglos florales.
- Música, Dj (animación)
- Ponqué y decoración de la mesa de ponqué.
- Cubiertos, servilletas, Platos, gaseosas y copa de champaña.
- Grabaciones, videos y fotos del evento.
- Alquiler del Salón.
- Meseros.
- Licores y bebidas

Valor: 1'800.000

Paquete 2:

- Alquiler del salón
- Decoración del salón.
- Comida (plato sencillo)
- Una sola ronda de champaña.



- Música de fondo
- Cubiertos, servilletas, platos gaseosas y copa de champaña.
- Mesas y sillas vestidas
- Meseros
- Arreglos florales.
- Mesa de baúl de sobres o regalos

Valor: 1'200.000

Paquete 3:

- Alquiler y decoración del Salón
- Una ronda de copa de Champaña
- Decoración mesa de ponqué
- Cubiertos, Platos, servilletas, vasos y copa de champaña.
- Mesas y sillas vestidas.
- Arreglos florales.
- Meseros.

Valor: 1.000.000

### **Eventos Educativos: (Para 80 personas)**

Paquete 1 (sin almuerzo):

- Videobeam
- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Refrigerio y/o almuerzo.(opcional)
- Sillas y mesas

Valor: 600.000

Paquete 2:

- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Sillas y mesas

Valor: 400.000

## **2.13 PROGRAMA DE VENTAS**

En el siguiente cuadro se muestra el programa de ventas para el periodo 2008-2012.

**Cuadro 38. Programa de ventas 2008-2012**

AÑO	FESTIVOS			EDUCATIVOS		TOTAL
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2	
2008	10	11	12	9	10	52
2009	12	13	14	11	12	62
2010	14	16	17	13	14	73
2011	17	18	20	15	17	87
2012	20	22	24	18	20	104
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>87</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	

Fuente: Autora del Proyecto 2008

En el cuadro se observó un incremento en el número de eventos en función de la dinámica que se espera tener una vez el Salón de eventos se de a conocer en la comunidad.

## 2.14 PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO

El proyecto en el mercado participara con las ventas inicialmente propuestas las cuales están proyectadas para los siguientes cuatro años:

**Cuadro 39. Ventas proyectadas 2008-2012**

	FESTIVOS			EDUCATIVOS		TOTAL
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2	
2008	\$ 18.000.000	\$ 13.200.000	\$ 12.000.000	\$ 5.400.000	\$ 4.000.000	\$ 52.600.000
2009	\$ 21.384.000	\$ 15.681.600	\$ 14.256.000	\$ 6.415.200	\$ 4.752.000	\$ 62.488.800
2010	\$ 25.404.192	\$ 18.629.741	\$ 16.936.128	\$ 7.621.258	\$ 5.645.376	\$ 74.236.694
2011	\$ 30.180.180	\$ 22.132.132	\$ 20.120.120	\$ 9.054.054	\$ 6.706.707	\$ 88.193.193
2012	\$ 35.854.054	\$ 26.292.973	\$ 23.902.703	\$ 10.756.216	\$ 7.967.568	\$ 104.773.513
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130.822.426</b>	<b>\$ 95.936.446</b>	<b>\$ 87.214.951</b>	<b>\$ 39.246.728</b>	<b>\$ 29.071.650</b>	

Fuente: Autora del Proyecto

El porcentaje de participación del proyecto en el mercado se presume de ser aproximadamente del 5%, dado que la competencia en este campo es alta.

## 2.15 ESTUDIO DE DISPONIBILIDAD DE INSUMOS PARA LA PREPARACIÓN DE EVENTOS

Los materiales necesarios para realizar cualquier evento educativo o social se caracterizan por su gran disponibilidad en el mercado, con gran variación de precios y marcas. La forma de pago inicialmente será de contado, mientras los proveedores conocen la microempresa y obtienen confianza.

Los insumos que se necesitan son:

- Flores
- Mantales
- Forros para las sillas
- Copas
- Vajillas
- Cubiertos
- Bandejas
- Ponqué
- Preparación de Cenas, almuerzos y refrigerios
- Licores
- Cintas
- Bombas
- Adornos en general
- Velas
- Sillas
- Mesas
- Samovar
- Tijeras
- Pistola de Silicona
- Barras de Silicona
- Marcadores y borradores

En la ciudad de Pereira existen varios almacenes los cuales pueden proveer varios de los insumos anteriormente mencionados como:

- Almacén el Botón
- Mil telas
- Ganemás
- Makro
- Las tres BBB
- Cacharrería Mundial

Los equipos que se necesitan para desarrollar los eventos, se pueden comprar en el centro comercial Monterrey en la ciudad de Medellín, por la facilidad para conseguir los repuestos en cualquiera de los almacenes. La forma de pago inicialmente será de contado para obtener posibles descuentos.

Para desarrollar el proyecto se necesitan los siguientes equipos audiovisuales:

- Luces
- Equipo de sonido
- Micrófono
- Videobeam
- Cámara de Humo

- Cámara de Burbujas
- Televisor y DVD
- Tablero para marcador borrable.

### **3. ESTUDIO DEL TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

En esta parte del proyecto se determinara la capacidad de prestación del servicio y la ubicación geográfica óptima que tendrá el Salón de Eventos Dosquebradas.

#### **3.1 ESTUDIO DE TAMAÑO**

El tamaño del local esta dado por el número de usuarios que se pretende atender en el Salón de Eventos, al menos en los primeros años del proyecto, es por esto que se debe hacer referencia de los siguientes ítems:

##### **3.1.1 Prestación de Servicios**

El Salón de eventos Dosquebradas, para su funcionamiento contará con un espacio que la Inversionista Ayda Lucía García posee en una propiedad en el Barrio Santa Isabel de Dosquebradas. El espacio tiene un área aproximada de 124 metros cuadrados, la cual permitirá realizar eventos sociales y reuniones de tipo educativo.

##### **3.1.2 Capacidad Real (Cr)**

La capacidad real inicialmente será de 33 eventos festivos y 19 educativas para el primer año, y el número de invitados podrá ser de hasta 100 personas. Sin embargo el número de eventos a realizar en los años siguientes ira aumentando a medida que la empresa va dando a conocer los servicios y se fortalece financiera y logísticamente.

##### **3.1.3 Capacidad Instalada (Ci)**

La capacidad instalada de la microempresa es la de prestar los servicios por lo menos 240 veces al año. Esta cifra se lograra igualar con la capacidad real a medida que los servicios prestados en el Salón de eventos Dosquebradas, se reconozcan por su bajo costo y alto compromiso con la calidad.

$$Cr < Ci \rightarrow 52 < 240 \text{ (año)}$$

En el siguiente cuadro se muestra el número de servicios que se prestarán en los años 2008-2012, y se puede observar, que en este periodo, no se superará la capacidad instalada:

**Cuadro 40. Ventas en unidades por paquete de eventos**

AÑO	FESTIVOS			EDUCATIVOS		TOTAL
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2	
2008	10	11	12	9	10	52
2009	12	13	14	11	12	62
2010	14	16	17	13	14	73
2011	17	18	20	15	17	87
2012	20	22	24	18	20	104
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>87</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Como se puede observar las ventas de los servicios por año aumentarán aproximadamente el 10% por cada paquete de eventos festivos y educativos.

#### **3.1.4 Alternativas Posibles de Tamaño**

El tamaño disponible para la realización de los eventos es de 124 metros cuadrados con 3 metros de alto, lo cual es apto para albergar entre 80 y 100 personas, y desarrollar actividades educativas y festivas.

Existen otros sitios que brindan mejores opciones en cuanto a ubicación y distribución, sin embargo por presupuesto, la inversionista instalará esta microempresa en el local que tiene disponible.

#### **Factores Condicionantes:**

- Por presupuesto, como se nombro anteriormente, la empresa estará ubicada en una propiedad que la inversionista posee, la cual ya tiene un tamaño definido.
- El espacio para almacenar los insumos se ubicará en la oficina, donde se tendrá unos estantes para dicha función.
- La ubicación de las luces de neón es fija; es decir la pista de baile deberá estar ubicada siempre en el mismo sitio.
- Las instalaciones de gas para la cocina, ya se encuentran ubicadas, lo cual condiciona que la cocina esté ubicada en este mismo sitio.
- El tamaño y diseño del salón orienta la ubicación de las sillas y las mesas porque siempre se encontraran ubicadas de la misma forma para acomodar entre 80 y 100 personas; sin embargo este puede adaptarse a las necesidades del usuario.

### **3.2 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN**

La inversionista tiene disponible un espacio en una propiedad que posee en el Barrio Santa Isabel de Dosquebradas. En ella, desea localizar la microempresa;

dado que optimizara el espacio que tiene y disminuirá costos al no tener que pagar arrendamiento

El sector donde estará ubicada la microempresa, tiene fácil acceso a las avenidas principales de Dosquebradas; esto, permitirá trasladarse rápidamente a Pereira y Santa Rosa donde se encuentran todos los proveedores y futuros clientes.

### **3.2.1 Localización del Salón de Eventos:**

País:	Colombia
Departamento:	Risaralda
Ciudad:	Dosquebradas
Localización exacta:	Transversal 30 diagonal 7# 30-03, Barrio Santa Isabel

### **3.2.1 Ventajas de la localización:**

- No se requiere inversión en terreno.
- La adecuación y mejoramiento del local valorizan la propiedad.
- Es una oportunidad para contribuir al desarrollo y crecimiento del Barrio Santa Isabel (Dosquebradas).
- La ubicación que tiene el local actualmente corresponde a una zona comercial e industrial que facilita la realización de eventos sin incomodar a los residentes. Además goza de las economías de escala de un conjunto de empresas ubicadas en sus alrededores como la Chec, la Rosa y el Sena.
- De acuerdo al crecimiento que tenga la empresa puede relocalizarse o colocar sucursales, no sin antes realizar un estudio complementario.

## **4. ESTUDIO DE INGENIERÍA**

Con el estudio de Ingeniería se establecerán las condiciones técnicas que tendrá el Salón de eventos Dosquebradas y se diseñara la prestación de servicios.

### **4.1 ESTUDIO DEL SERVICIO**

#### **4.1.1 Definición de los Servicios:**

Los servicios que serán prestados en el Salón de Eventos, consisten en acompañar, organizar, desarrollar y coordinar cualquier evento de tipo social y educativo.

#### **4.1.2 Diseño:**

Los servicios que se prestaran en el salón de eventos están diseñados para que las personas puedan acceder fácilmente a ellos, dado que se ofrecerán en varios paquetes los cuales tendrán diferentes precios.

#### **4.1.3 Características Físicas:**

Las características que tendrá un evento de tipo social o reunión educativa en el Salón de eventos Dosquebradas será:

- El lugar será adecuado para albergar a 100 personas.
- Las comidas serán contratadas a especialistas en el área.
- Las sillas y las mesas serán adecuadas para realizar ya sea fiestas o eventos educativos.
- El sitio será muy apropiado para realizar actividades diurnas y nocturnas.
- Se tendrá videobeam el cual permitirá mayor comodidad a la hora de orientar las conferencias.
- Se tendrá un juego de luces de Neon para iluminar el sitio en las fiestas nocturnas
- Se tendrá una cámara de burbujas y humo las cuales permitirán hacer más ameno el ambiente en un evento de baile nocturno.
- Se realizara la decoración de las iglesias en el caso de matrimonio, cumpleaños, primeras comuniones o aniversarios.
- Se tendrá la posibilidad de contratar los servicios de decoración del salón.
- Se tendrá el servicio de Dj, música y grupos musicales de diferentes géneros.
- Los meseros serán un servicio que también se contratara con especialistas en la materia.



- El servicio de tarjetearía también será prestado, el cual se caracterizara por la utilización de diferentes materiales y alta creatividad en sus diseños.
- La grabación y las fotos de los eventos, estará en manos de expertos quienes garantizan el trabajo que realizan.

#### **4.1.4 Análisis de las Opciones en Organización de Eventos**

En esta parte se hará una descripción de lo que tendrá cada uno de los paquetes que se ofrecen en el Salón de eventos Dosquebradas:

#### **Eventos de tipo social (fiestas de cumpleaños, matrimonios etc.)**

##### **Paquete 1 Premium**

El paquete incluye todos los servicios que el Salón de eventos ofrece, esta diseñado para realizar grandes reuniones, en este paquete se encuentran:

- Decoración del salón.
- Decoración la iglesia.
- Comida tipo Buffet incluye pasabocas.
- Mesas y sillas vestidas
- Arreglos florales.
- Música, Dj (animación)
- Ponqué y decoración de la mesa para colocarlo.
- Cubiertos y Cristalería
- Grabaciones, videos y fotos del evento.
- Alquiler del Salón.
- Meseros.
- Licores y bebidas en general ilimitadas
- Mesa de baúl de sobres o regalos

##### **Paquete 2 Medium**

El paquete incluye los servicios mas necesarios en la realización de eventos festivos, en este paquete se encuentran:

- Alquiler del salón
- Decoración del salón.
- Comida tipo buffet
- Una sola ronda de champaña.
- Música
- Mantelería y Cristalería

- Mesas y sillas vestidas
- Meseros
- Arreglos florales.
- Mesa de torta decorada.
- Mesa para baúl de sobres o regalos

### **Paquete 3 Copa de Champaña**

El paquete esta diseñado para eventos copa de Champaña, este posee:

- Alquiler del Salón
- Una ronda de copa de Champaña
- Cristalería y mantelería
- Decoración mesa de ponqué
- Mesas y sillas vestidas.
- Arreglos florales.
- Meseros.

### **Eventos de tipo educativo (reuniones, exposiciones, clases etc.)**

#### **Paquete 1 Premium:**

El paquete incluye:

- Videobeam
- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Refrigerio y/o almuerzo.(opcional)
- Sillas y mesas

#### **Paquete 2 Small:**

El paquete incluye:

- Alquiler del salón
- Tablero, marcador y borrador.
- Sillas y mesas.

### **4.1.5 Determinación de los Equipos**

Para la prestación de los diferentes servicios que se ofrecerán en el Salón de Eventos, los equipos e insumos que se necesitan para la ejecución del proyecto son:

- Videobeam
- Televisor
- DVD
- Luces de Neón
- Cámara de burbujas y humo.
- 18 vajillas de 6pts necesarios para una comida de 100 personas.
- 18 juegos de cubiertos de 6pts para una comida de 100 personas.
- 100 Sillas plásticas
- 15 mesas plásticas de 6pts
- 100 vestidos para silla
- 15 manteles
- 1 Set de Cuchillos
- Bandejas
- Samovar
- 100 vasos
- 100 copas

#### **4.1.6 Proceso de Prestación de Servicios:**

Los procesos de prestación de servicios se dividen en dos grupos, el proceso de prestación de servicios para eventos de tipo social y proceso de prestación de servicios para eventos de tipo educativo. Esta división se realiza porque los servicios son diferentes:

##### **4.1.6.1 Proceso de prestación de servicios para eventos sociales de festejo (fiestas):**

El proceso necesario para las reuniones festivas se llevará a cabo de la siguiente manera:

###### **4.1.6.1.1. Reservar el salón para la fecha de la celebración:**

Cuando los usuarios definan la fecha del evento, se deberá reservar con el 10% del valor total de la celebración, para realizar dicha reservación.

###### **4.1.7.1.2. Contratar el arreglo de flores y decoración:**

Luego de que los clientes reservan el salón se debe contactar a los expertos y comunicarles el tipo de decoración elegido y la cantidad de ramos que se desean tener en la celebración, para reservar su tiempo y encargar las flores.

###### **4.1.6.1.3. Contratar la comida: D**

Después de elegir el menú con los clientes, se procede a contratar a la persona que va a preparar la comida.

**4.1.6.1.4 Contratar la música y el DJ:**

Si las personas lo desean, se contratarán estos servicios con personas expertas en el tema.

**4.1.6.1.5 Contratar Meseros: D**

Dependiendo de la cantidad de personas para la cual fue reservada el salón, se contratan los servicios de los meseros.

**4.1.6.1.6 Organizar y preparar el Salón:**

El día anterior a la fecha de la celebración se preparará el salón, haciendo aseo, y vistiendo las mesas y las sillas con el estilo que eligió el cliente.

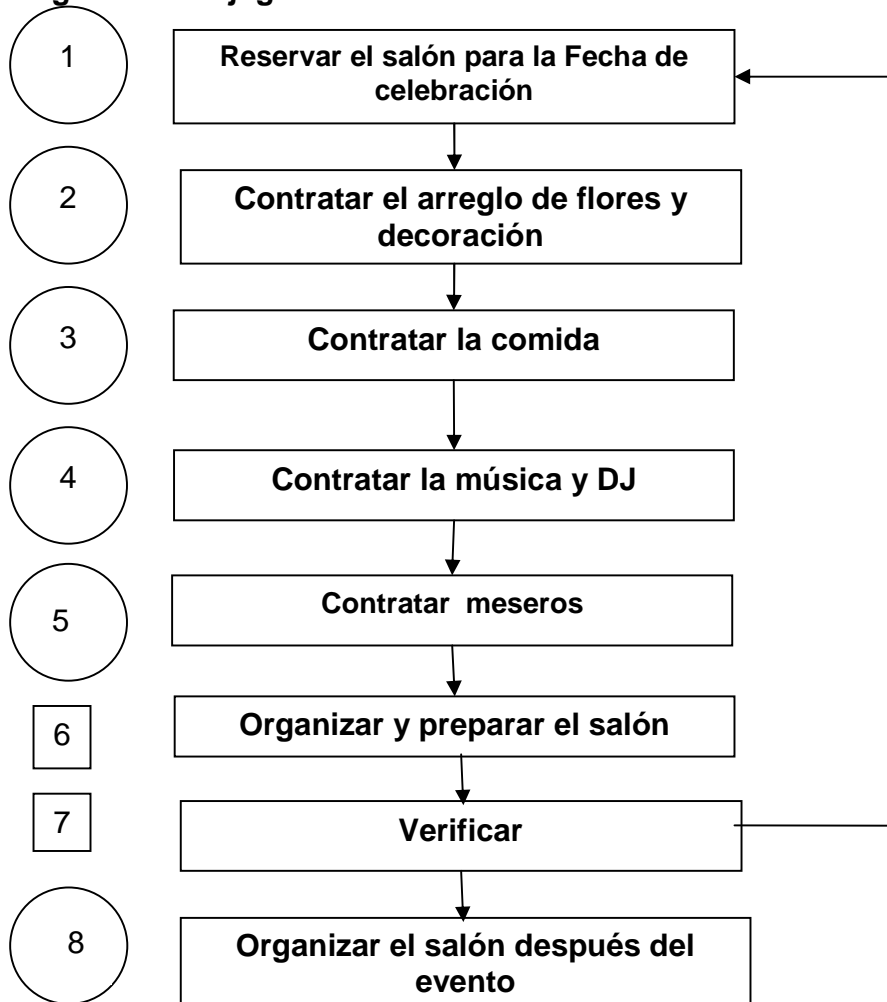
**4.1.6.1.7 Verificación:**

Se verifica si el cliente quedo satisfecho, en caso de no estarlo se procede a corregirse inmediatamente el error.

**4.1.6.1.8 Organizar el salón después de la celebración:**

Se realizará el aseo, y el conteo respectivo de los artículos alquilados.

**Figura 31: Flujograma del Proceso de Fiestas o Reuniones de Tipo Social**



Fuente Autora del Proyecto 2008

#### **4.1.6.2 Proceso de prestación de servicios para las reuniones de tipo educativo**

El proceso necesario para las reuniones educativas se llevará a cabo de la siguiente manera:

#### **4.1.6.2.1 Reservar el salón para la fecha de la celebración:**

Inmediatamente las personas definan la fecha de la actividad educativa, se reservara dando una cuota inicial que garantice que la reunión educativa se llevara a cabo en el.

#### **4.1.6.2.2 Contratar los almuerzos o el refrigerio:**

Dependiendo de la reunión o conferencia que se lleve a cabo, se contratará a pedido del cliente la elaboración del almuerzo o el refrigerio.

#### **4.1.6.2.2 Preparar el salón para la reunión:**

El día anterior a la fecha de la celebración se preparará el salón, haciendo aseo, y organizando las sillas y mesas adecuadamente para que los participantes se sientan cómodos.

#### **4.1.6.2.3 Preparar equipos audiovisuales:**

Si el conferencista o la persona que dirigirá la reunión, necesita ayudas visuales, se instalará el videobeam, retroproyector o televisor y DVD.

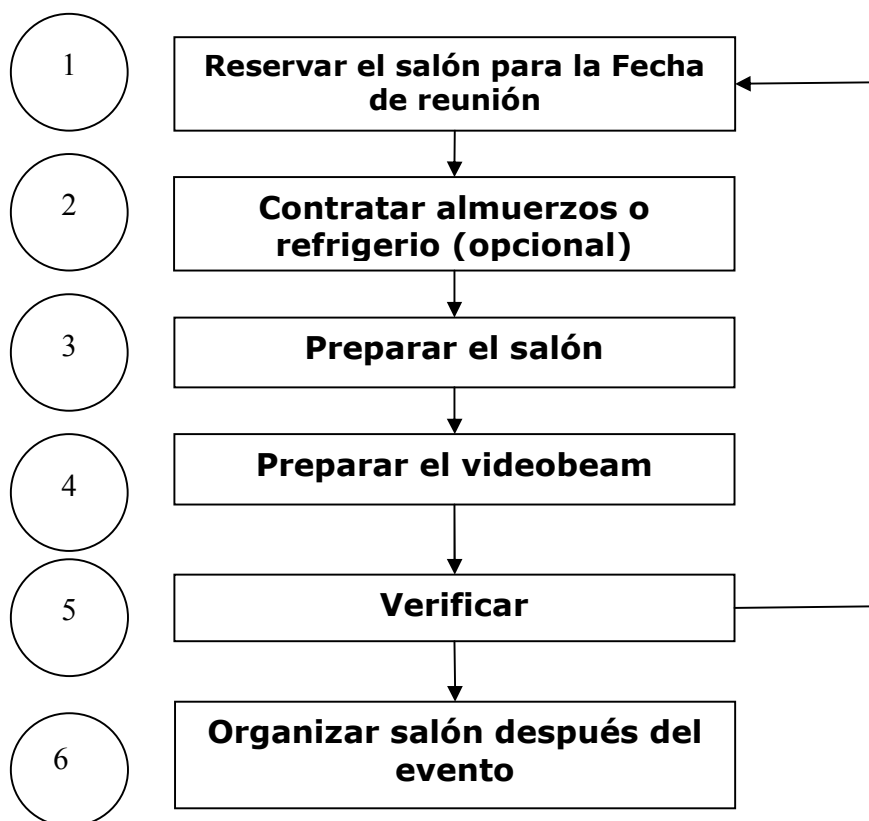
#### **4.1.6.2.4 Verificación:**

Se verifica si el cliente quedo satisfecho, en caso de no estarlo se procede a corregirse inmediatamente el error

#### **4.1.6.2.5 Organizar el salón después de la celebración:**

Se realizara el aseo, y el conteo respectivo de los insumos prestados para la conferencia, como borrador, sillas, mesas y videobeam.

**Figura 32. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE REUNIONES EDUCATIVAS**



Fuente Autora del Proyecto 2008

#### **4.2 VOLUMEN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

De acuerdo al plan de ventas se tendrá un volumen de prestación de servicios para el primer año de 52 eventos anuales.

Como se estimó en el estudio de mercados las cantidades a producir son las mismas que se piensan vender, por lo tanto la demanda potencial para los siguientes cuatro años, será de:

**Cuadro 41. Prestación de Servicios en unidades por año**

AÑO	FESTIVOS			EDUCATIVOS		TOTAL
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2	
2008	10	11	12	9	10	52
2009	12	13	14	11	12	62
2010	14	16	17	13	14	73
2011	17	18	20	15	17	87
2012	20	22	24	18	20	104
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>87</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	

Fuente: Autora del Proyecto 2008

#### 4.2.1 Programa de prestación de Servicios:

Para programar cualquier evento, se deberá:

- Revisar la fecha del evento, para evitar cruces de eventos.
- Explicar al cliente las distintas modalidades de fiesta tema.
- Programar los pagos y la cuota inicial.
- Programar varias citas para elegir las flores, estilos de torta y menú.
- Inmediatamente se elige la fecha de celebración del evento, se reservan y se realizan los contratos con los entes o las personas que prestan los servicios de animación, preparación de comidas, meseros y decoración de eventos.
- Un mes antes de la fecha de celebración, el pago del evento debe estar en lo posible cancelado.
- Días antes de la celebración se deben cuadrar los últimos detalles con los anfitriones del evento.
- Durante el evento se hace un total acompañamiento en el evento, para solucionar posibles problemas que se llegaran a presentar y vigilar sigilosamente, que todo lo contratado por los celebrantes se cumpla a cabalidad.
- Pasada la celebración del evento se realiza un balance de la celebración, haciendo un recuento de lo positivo y de lo negativo.

#### 4.3 DETERMINACIÓN DE LOS INSUMOS

Los insumos que se requieren en la preparación de alimentos de los eventos festivos se compraran de acuerdo a las fiestas tema, es decir no se necesitan los mismos materiales para todas las fiestas.

Los eventos de tipo educativo en cambio no necesitan materia prima, pero necesitan materiales didácticos y equipos que deben ser comprados, lo importante es que los mismos se encuentren en óptimas condiciones de tal manera que todos los participantes se sientan cómodos en el recinto.



Todos los materiales empleados en decoraciones para eventos son asequibles en el mercado, es por esto que en cualquier momento cualquier insumo se puede conseguir, además esto estará a cargo de los expertos en decoración de fiestas y flores.

#### **4.4 SELECCIÓN DE LOS EQUIPOS**

En la compra de los diferentes equipos audiovisuales se tendrá en cuenta:

**El Videobeam:** se comprara en Medellín, en Monterrey, en un almacén especializado.

**Cámaras de burbujas - humo y las luces de Neón:** se comprarán en Medellín en un almacén especializado, sin embargo a la hora de comprar se debe tener en cuenta que deben de ser aptos para una altura de 3.0 metros.

**Equipo de Sonido y Micrófono:** estos equipos se comprarán en cualquiera de los almacenes de Cadena de Pereira o Dosquebradas.

En la compra de los equipos y recipientes (excepto los recipientes o envases de un solo uso o desechables) que entran en contacto con alimentos, deberán estar diseñados y contruidos de tal forma que aseguren que, en caso necesario puedan limpiarse, desinfectarse y mantenerse de manera adecuada, para evitar la contaminación de los mismos. Estos son:

**La compra de las sillas y mesas plásticas:** se comprará la marca Rimax, porque la resistencia del plástico es mayor que la resistencia de las otras marcas.

**Vestidos de las sillas y manteles:** estos se mandarán a hacer dado que los manteles tendrán diseños especiales de acuerdo a cada tipo de fiesta.

**Samovar y bandejas:** Estos deben estar hechos en acero inoxidable, si no lo es puede llegar a ser perjudicial para la salud. Este se comprara en cualquiera de las tiendas de cadena.

**Las vajillas:** las vajillas compradas deberán ser blancas, dado que este color combina con cualquier presentación.

**Los cubiertos:** estos deberán estar hecho en acero inoxidable.

## 4.5 ESTUDIO DEL PERSONAL PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El personal necesario para la prestación de los Servicios en el Salón de eventos Dosquebradas, se compone de dos personas que deberán tener conocimientos para que se encarguen de todas las gestiones administrativas y comerciales.

Las personas encargadas de los servicios de arreglos florales, preparación de comidas, organización del salón, meseros, música y servicios contables serán contratadas por outsourcing.

### 4.5.1 Política de Contratación

Las políticas de contratación de los empleados vinculados para la prestación del servicio son:

**Tipo de Contrato:** El tipo de contrato utilizado será contrato a término fijo inferior a un año. Este se dará por terminado, si una de las partes no cumple con lo pactado en el contrato.

**Escala Salarial:** La escala salarial de los empleados para el 2008 es:

- Administradora: El salario será de \$1.000.000 y tendrá todas las prestaciones y el auxilio de transporte.
- Secretaria: El salario será de 550.000 y tendrá todas las prestaciones incluyendo el auxilio de transporte.

La política de trabajo para los empleados que se encuentran en outsourcing es:

**Tipo de Contrato:** todas estas personas tendrán contrato por servicios, y el valor de este será pactado de acuerdo al evento que se realiza.

## 4.6 PLANTA FÍSICA DEL SALÓN DE EVENTOS

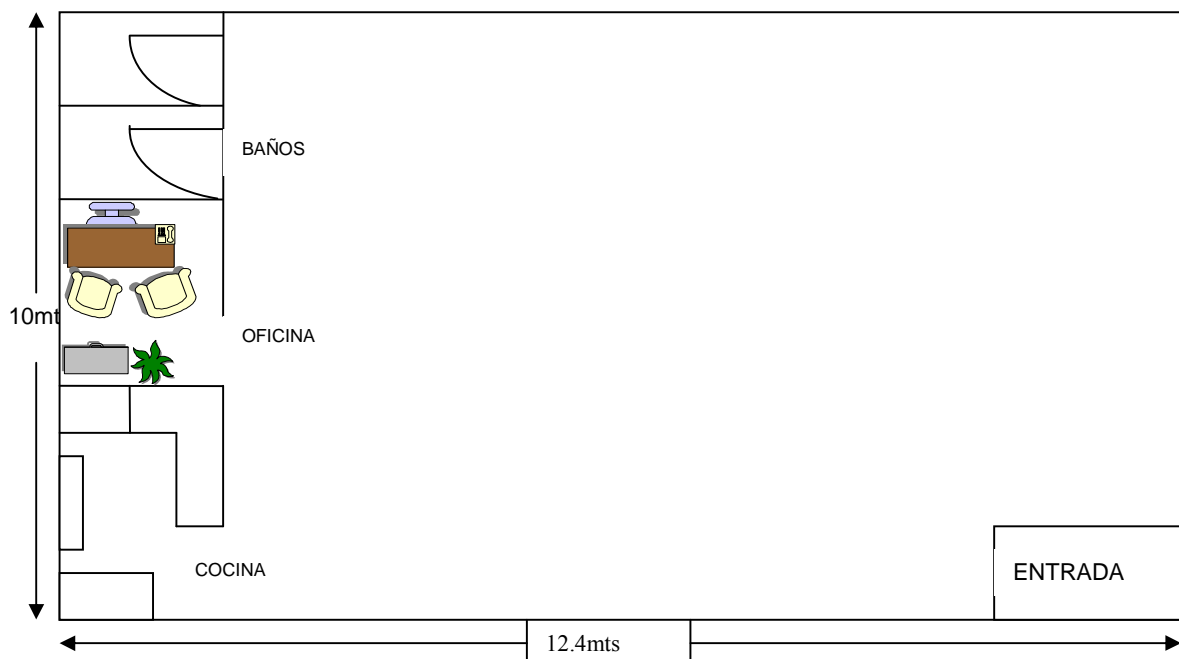
Las condiciones que presenta la planta física, están relacionadas con las características y condiciones del terreno en el cual esta construido:

- Área: 124 mts<sup>2</sup>
- Topografía: el terreno se encuentra ubicado en la parte oriental de Dosquebradas, esta rodeada por algunas ondulaciones suaves, las cuales no son problema a la hora de tener acceso al lugar.

- **Uso de los Suelos:** En épocas pasadas éstos suelos hicieron parte de una finca llamada los Cedros, durante este tiempo éstos suelos fueron utilizados para la siembra y el pastaje de ganado. Posteriormente los terrenos pasaron a ser propiedad del Municipio, quien posteriormente, mediante una constructora desarrollo el Barrio Santa Isabel por las buenas condiciones del terreno. La propiedad fue construida como vivienda de interés social desde 1968 y ha pertenecido a tres personas, quienes la han utilizado para vivienda, sin embargo la última propietaria, reconstruyo nuevamente, transformando todo este espacio en un local.
- **Clasificación de los suelos:** En general los suelos del Municipio de Dosquebradas se encuentran clasificados en las clases II y III, las cuales son óptimas para la construcción. El terreno no presenta sales tóxicas y su profundidad efectiva se puede clasificar como buena.

La siguiente figura, presenta el plano de la distribución física de las instalaciones del Salón de Eventos Dosquebradas.

Figura 33. Plano Distribución Física



Fuete: Autora del Proyecto.2008

La planta física que tiene el local es de aproximadamente 124 metros cuadrados; esta área ya se encuentra construida con dos baños y una cocineta.

La cocineta ocupa un área de 6 metros cuadrados, los dos baños ocupan un área de 8 metros cuadrados y la oficina ocupa un área de 6 metros cuadrados. El espacio restante es el salón donde se encontrarán los invitados ocupando un área de 100 metros cuadrados, el cual se puede dividir con paneles, según las necesidades de espacio que se tengan en el mismo.

El local es de la inversionista y se encuentra avaluado en 25.000.000 de pesos.

#### **4.7 DISTRIBUCIÓN INTERNA DEL SALÓN DE EVENTOS**

El local tiene 10 m de frente por 12.4 de profundidad y una altura de 3m. y esta construido en bloque 5 de 15cms de espesor

El local de la Empresa cuenta con un andén de 2 m de ancho en tableta de gres que rodea completamente el frente, y la parte lateral la rodea un andén de 1 metro de ancho.

El salón de eventos de Dosquebradas cuenta con una bahía en su parte frontal que sirve como parqueadero; este será destinado para los clientes. Se contará con una oficina general para la administración de la empresa y la atención de los clientes.

El local tiene dos baños los cuales se encuentran ubicados en el área administrativa. Estos serán usados tanto por el personal de la empresa como para los visitantes.

La disposición de insumos y equipos deberá ser flexible para que se acomode en cualquier lugar, según la conveniencia y el tipo de evento. El salón contará con un sistema de ventilación natural y/o mecánica, en especial para reducir la concentración de calor en el recinto.

El salón esta diseñado de tal manera que se pueda subdividir a través de módulos que se adecuen a distintas condiciones según solicitudes del cliente. Esto significa que se cuenta con un área amplia sin divisiones rígidas, sin embargo dependiendo las circunstancias podrán obtenerse 2 salones donde se puedan realizar 2 eventos distintos.

#### **4.8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (PRIMER AÑO)**

Las actividades a desarrollar para la realización del proyecto son:

##### **Cuadro 42. Cronograma de actividades**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Primer Semestre 2008 (meses)</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Adecuación del Local	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>			
Compra de Muebles y Equipos				<b>x</b>		
Montaje de infraestructura y Equipos				<b>x</b>	<b>x</b>	
Organización y Legalización					<b>x</b>	<b>x</b>
Puesta en Marcha						<b>x</b>

Fuente Autora del Proyecto 2008

La puesta en marcha del Salón de eventos Dosquebradas será aproximadamente en junio del presente año.

## 5. ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

En esta parte del proyecto, se definirán todos los lineamientos legales y administrativos, los cuales permitirán legitimar, aceptar y reconocer a la empresa ante el Estado y la sociedad.

### 5.1 TIPO DE EMPRESA

La micro-empresa Salón de eventos Dosquebradas, será una empresa unipersonal, donde la inversionista es la persona que se constituye como empresaria, mediante escritura o documento privado ante Cámara de Comercio o ante notario con el debido reconocimiento de firma y contenido del documento.

Esta empresa unipersonal, deberá llevar una contabilidad de acuerdo al Código de Comercio, al pertenecer al Régimen común la Empresa Salón de eventos Dosquebradas deberá:

- Retener por compras a partir de \$595.000 pesos
- Retener por servicios de outsourcing a partir de \$88.000 pesos 4% para régimen común, 6% para régimen simplificado y 10% para personas independientes.
- Debe declarar impuesto sobre las ventas (IVA)
- Debe presentar declaración de renta.

#### 5.1.1 Razón Social

La micro-empresa tendrá como Razón Social: “*Salón de Eventos Dosquebradas*”.

#### 5.1.2 Misión

Planear e integrar todos los detalles que requiere un evento exitoso, con el objetivo principal de que el cliente disfrute de su evento como un invitado más, sintiéndose en cada momento 100% satisfecho con los resultados.

#### 5.1.3 Visión:

En el 2015 el Salón de Eventos Dosquebradas será una de las principales empresas proveedoras del servicio de Organización Integral de Eventos, reconocida por su sensibilidad ante las necesidades de cada cliente y sobre todo por la excelencia de sus resultados.

#### **5.1.4 Filosofía:**

Alcanzar y superar las expectativas de cada uno de nuestros clientes con una actitud de compromiso, cordialidad y responsabilidad, ofreciendo las mejores opciones con ética y profesionalismo, para que todos los clientes queden satisfechos, y vuelvan nuevamente a contratar nuestros servicios.

#### **5.1.5 Valores:**

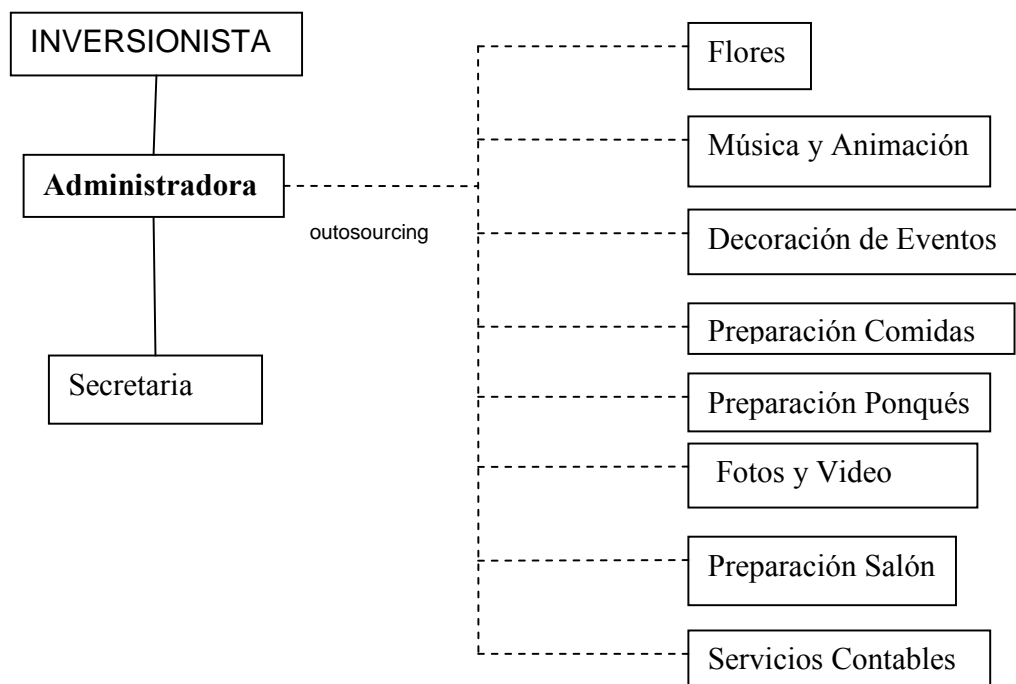
Los valores que dirigirán la micro-empresa Salón de Eventos Dosquebradas serán:

- Confianza
- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Honestidad
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Lealtad

#### **5.1.6 Estructura Organizacional:**

Se presenta en la siguiente figura del organigrama propuesto para una gestión exitosa del Salón de Eventos de Dosquebradas, la cual puede cambiar a medida que el crecimiento de la misma lo permita:

Figura 34. Organigrama de la empresa Salón de Eventos



Fuente: Autora del Proyecto 2008

### 5.1.7 Personal Requerido:

El personal requerido para realizar el proyecto se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro43. Personal Requerido

Denominación Del Cargo	Número de personas en el cargo
Administrador (a)	1
Secretaria	1

Fuente: la Autora del Proyecto 2008

### 5.1.8 Manual de Funciones

El manual de funciones para el cargo que existirá en la micro-empresa Salón de eventos Dosquebradas es:



#### **5.1.8.1 Manual de Funciones para el Administrador (a):**

*Perfil Profesional:*

Debe poseer título Técnico o Tecnólogo en administración o ventas.

*Perfil Personal:*

Debe ser creativa, saber de manualidades, estrategia en los negocios y dinámica.

*Experiencia Laboral:*

Dos años de experiencia en cargos administrativos

*Funciones:*

1. Organizar, desarrollar y coordinar cualquier evento de tipo social y educativo.
2. Debe diseñar campañas para abrir nuevos mercados
3. Supervisar, coordinar, controlar y optimizar el proceso de prestación de servicios en los eventos.
4. Manejo de los recursos Financieros.
5. Responsable de la comercialización de los servicios.
6. Responsable de las negociaciones con las personas de decoración de flores, música, comida, entre otros que sean necesarios para la realización de los eventos.
7. Dirigir y representar legalmente a la empresa.
8. Supervisar el cumplimiento de las normas legales de la Empresa.
9. Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo.
10. Evaluar de manera constante los costos y las ofertas de la prestación de servicios en eventos
11. Autorizar y ordenar los respectivos pagos.

#### **5.1.8.2 Manual de Funciones Secretaria:**

*Perfil Profesional:*

Título de Secretaria del Sena.

*Perfil Personal:*

Excelente calidad humana y trato interpersonal.

*Experiencia Laboral:*

Debe tener experiencia de por lo menos 6 meses.

*Funciones:*

1. Digitar y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente.
2. Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.
3. Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentos a su cargo.
4. Participar activamente en la organización de eventos sociales y educativos, para el mejoramiento y ejecución de los mismos.
5. Recopilar y procesar la información originada en la contratación de los Servicios.
6. Archivar diariamente la documentación contable.
7. Llevar manualmente el libro de bancos, retención de la fuente y libro de personal.
8. Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle.

### **5.1.9 Distribución de Excedentes**

Las ganancias generadas por esta actividad productiva, serán destinadas por la inversionista, para invertir nuevamente en la empresa o para uso personal, no sin antes haber descontado el 10% de reserva legal y el porcentaje de impuesto a las utilidades que el gobierno exige por año; el porcentaje para el año 2008 es de 34%.

### **5.2 ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y LA OPERACIÓN.**

Para la constitución de una empresa de cualquier índole existen unos procedimientos y unas normas específicas que se deben seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de una empresa son:

1. Trámite: Registro de Nombre  
Entidad: Cámara de Comercio de Dosquebradas

2. Trámite: Constitución ante Notaría

En la notaria se registra públicamente la constitución de la empresa, mediante escritura pública, en la que están contenidos los datos de los constituyentes, duración, objeto social, capital, responsabilidades, etc.

3. Trámite: Inscripción – Constitución

Entidad: Cámara de Comercio

Para obtener el certificado de inscripción ante esta dependencia se requiere la siguiente documentación:

- Minuta
- Escritura Pública registrada ante notaría.
- Formularios para matricula

4. Trámite: Impuesto de Registro.

Entidad: Gobernación

Para registrar la empresa ante esta autoridad es necesario anexar el oficio donde se solicita el registro y la documentación:

- Minuta
- Escritura Pública
- Acta de Constitución y acta de nombramiento del representante Legal.
- Certificado de inscripción en la Cámara de Comercio
- Póliza de Cumplimiento

5. Trámite: Inscripción Libros de Comercio

Entidad: Cámara de Comercio

6. Trámite: Matricula Industria y Comercio

Entidad: Municipio – Secretaría de Hacienda

7. Trámite: Inscripción en el Registro Nacional de Vendedores y asignación del Número de Identificación Tributario NIT y RUT

Entidad: DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

8. Trámite: Visto Bueno de Salud

Entidad: Municipio – Secretaría de Salud

Expide una licencia sanitaria según la cobertura del mercado. Es necesario enviar una carta especificando las siguientes características de la Empresa:

- Proceso y Producto.
- Nombre o Razón Social
- Dirección
- Representante Legal
- Nombre del Producto
- Áreas
- Ubicación
- Descripción de Maquinaria, Herramientas
- Proceso de Prestación de Servicios

La entidad realiza una visita a la empresa para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos y que hacen referencia a aspectos tales como:

- Higiene de las Instalaciones
- Higiene de los Operarios
- Estado de Baños
- Recolección y manejo de desperdicios
- Manejo de Afluentes
- Zonas de almacenamientos

9. Trámite: Registro de Marca

Entidad: Superintendencia de Industria y Comercio

10. Trámite: Informar a la oficina de Planeación correspondiente el inicio de las actividades

Entidad: Municipio – Departamento Administrativo de Planeación

11. Trámite: CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL

El comandante del cuerpo de bomberos expide los certificados para el funcionamiento del establecimiento una vez haya recibido un memorial solicitando el permiso de funcionamiento. El cuerpo de bomberos debe verificar el buen estado de los extintores y de las otras condiciones de seguridad.

### **Requisitos ante Instituciones de Seguridad Social**

Los requisitos para las obligaciones laborales son:

Instituto de Seguros Sociales

- Vinculación de la empresa al sistema legal de Riesgos Profesionales.
- Diligenciar formulario correspondiente a afiliación del seguro social y anexar copia del NIT y del Registro Mercantil
- Solicitud individual de afiliación
- Formulario de afiliación por cada trabajador, anexando fotocopia de la cedula de ciudadanía

#### Caja de Compensación Familiar ( Comfamiliar)

- Afiliación de la empresa.
- Afiliación del trabajador y personal a cargo
- Diligenciar formulario en original y copia por cada trabajador que se desee afiliar y para todos los casos de afiliación, trabajador, hijos, conyugue, padres, hermanos, menores de 23 años, anexando fotocopia de la cédula de ciudadanía del trabajador.

Al cumplir con los requisitos exigidos por la caja de compensación familiar automáticamente la empresa y los dos empleados quedan afiliados al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, y al Instituto de Bienestar Familiar ICBF. Es necesario hacer llegar una copia del formulario con el sello de recibido por Comfamiliar a las oficinas de recaudo y afiliaciones de ambas entidades.

## 6. ESTUDIO DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO

Teniendo como base la información recopilada y los aspectos concretados en los anteriores capítulos, en esta parte del proyecto se identificaran y verificaran las inversiones, y se fijara el horizonte del proyecto.

### 6.1 ESTUDIO DE INVERSIONES

Las inversiones necesarias en el proyecto serán valoradas utilizando la metodología de los precios constantes del 2008 los cuales se mantendrán fijos durante el horizonte de planeación.

El horizonte de planeación se ha fijado a 7 años periodo durante el cual se espera implementar la empresa, poner en funcionamiento de los servicios, hasta cuando esta sea liquidada, para efectos de la evaluación.

Periodo pre-operativo	1 año (2008)
Periodo operativo	5 años (2008-2012)
Periodo de liquidación	1 año (2013)

### 6.2 INVERSIONES

Para el funcionamiento del proyecto se requiere la realización de inversiones fijas y diferidas, así como la asignación de una reserva que garantiza el sostenimiento de la empresa en su fase inicial hasta que pueda disponer de recursos generales en la prestación de servicios.

Para efectos del estudio las inversiones se han clasificado en 3 grandes grupos:

#### 6.2.1 Inversiones Fijas

Estas inversiones representan los activos con que debe disponer la empresa al momento de comenzar la operación. Estas inversiones están constituidas por:

- Instalaciones Fijas (local): Su valor se ha evaluado en \$25.000.000 de pesos, y es propiedad de la inversionista.
- Muebles y enseres
- Equipos de computo y comunicación
- Equipos e implementos para la prestación del servicio como esta en el cuadro.

Cuadro 45. Costos inversiones Fijas

<b>Inversiones Fijas</b>	<b>Valor</b>
<b>Instalaciones</b>	<b>25.000.000</b>
<b>Equipos e implementos</b>	<b>12.240.000</b>
Videobeam	2.000.000
Luces de Neón	200.000
Cámara de Humo	250.000
Cámara de burbujas	250.000
Vajillas de 6ptos.	900.000
Juegos de cubiertos de 6pts.	360.000
Sillas plásticas	2.500.000
Mesas plásticas de 6pts	750.000
Vestidos para sillas	2.250.000
15 manteles	450.000
Set de Cuchillos	50.000
Bandejas	75.000
Samovar	250.000
Vasos	200.000
Copas	450.000
Televisor	400.000
DVD	150.000
Equipo de Sonido	500.000
Micrófono	55.000
Extintores	200.000
<b>Muebles y Enseres</b>	<b>469.500</b>
Escritorio de oficina	150.000
Archivador	179.500
Silla convencional oficina	90.000
Silla de Espera	50.000
<b>Equipo de Computación y Comunicación</b>	<b>1.860.000</b>
Telefax	260.000
Computador e impresora	1.600.000
<b>Total</b>	<b>39.569.500</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

### 6.2.2 Inversiones Diferidas

Estas inversiones están representadas por los gastos que se realizan durante la implementación y puesta en marcha del proyecto.

Las inversiones diferidas para el Salón de eventos Dosquebradas son:

- Estudio de Factibilidad
- Gastos de Organización
- Adecuación del Local
- Puesta en Marcha

**Cuadro 46. Costos de Documentos de Constitución**

<b>Inversiones Diferidas</b>	<b>Valor</b>
Estudio de Factibilidad	\$ 4.610.000
Gastos de Organización	\$ 302.600
Adecuación del Local	\$ 1.000.000
Puesta en Marcha	\$ 700.000
Imprevistos	\$ 2.544.073
<b>Total</b>	<b>\$ 6.612.600</b>

### 6.2.3 Capital de Trabajo

Se ha estimado una provisión para garantizar el comienzo de la operación hasta que el proyecto Salón de Eventos genere ingresos, la cual esta representada principalmente por:

- **Efectivo:** Tiene como finalidad sufragar los costos operacionales como son los salarios y servicios para los tres primeros meses.
- **Inventarios:** Para dar comienzo a la operación se hace necesario contar con una serie de insumos e implementos de consumo que serán puestos a disposición de los usuarios del servicio. Se estiman como una proporción de los costos del primer año 20 días.



#### **Cuadro 47. Capital Trabajo**

<b>Capital de trabajo</b>	<b>Valor</b>
Efectivo	\$ 4.093.500
Inventarios	\$ 605.870
<b>Total</b>	<b>\$ 4.699.370</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

### **6.3 PRESUPUESTO DE INVERSIONES SALÓN DE EVENTOS DOSQUEBRADAS**

En el siguiente cuadro se muestra el presupuesto de inversiones del Salón de Eventos Dosquebradas, para el año 2008, con un porcentaje de imprevistos del 5% del total de las inversiones.

#### **Cuadro 48. Presupuesto de Inversiones Salón de Eventos (\$ 2008)**

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>\$ 39.569.500</b>
Instalaciones	\$25.000.000
Equipos e implementos	12.040.000
Muebles y Enseres	\$ 469.500
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 1.860.000
<b>Inversiones Diferidas</b>	<b>\$9.156.673</b>
Estudio de factibilidad	\$ 4.610.000
Gastos de Organización	\$ 302.600
Adecuación del local	\$1.000.000
Puesta en Marcha	\$ 700.000
Imprevistos	2.544.073
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 4.699.370</b>
Efectivo	\$ 4.093.500
Inventario	\$ 605.870
<b>Total inversiones</b>	<b>\$ 53.425.544</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

### **6.4 CRONOGRAMA DE INVERSIONES**

En el siguiente cronograma se observa que la mayor parte de las inversiones se efectúan en el primer semestre del 2008. En los años siguientes, se realizaran

inversiones esporádicas, como mejora de los equipos o del local, según las posibilidades que tenga la empresa.

#### Cuadro 49: Cronograma de inversiones

Actividades	Primer Semestre 2008
Adecuaciones del local	X
Compra de maquinaria y equipo	X
Compra de Muebles y enseres	X
Compra de Equipos de Comunicación	X
Compra de elementos de Consumo	X
Tramites de Constitución	X

Fuente: Autora del Proyecto 2008

#### Flujo Neto de Inversiones

Para el cálculo del flujo neto de inversiones es necesario tener presente que para los valores se maneja el método de precios constantes del año 2008. El siguiente cuadro muestra el Flujo Neto de inversiones:

#### Cuadro 50. Flujo Neto de Inversiones (\$ 2008)

Inversiones	Pre-operativo	Operativo					Liquidación
	1	2	3	4	5	6	7
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>- \$39.569.500</b>						<b>\$ 27.350.000</b>
<b>Instalaciones</b>	<b>-\$25.000.000</b>						<b>\$ 20.000.000</b>
<b>Equipos e implementos</b>	<b>-\$12.240.000</b>						<b>\$ 6.120.000</b>
Videobind	2.000.000						\$ 1.000.000
Luces de Neón	200.000						\$ 100.000
Camara de Humo	250.000						\$ 125.000
Cámara de burbujas	250.000						\$ 125.000
Vajillas de 6ptos.	900.000						\$ 450.000
Juegos de cubiertos de 6pts.	360.000						\$ 180.000
Sillas plásticas	2.500.000						\$ 1.250.000
Mesas plásticas de 6pts	750.000						\$ 375.000
Vestidos para sillas	2.250.000						\$ 1.125.000
15 manteles	450.000						\$ 225.000
Set de Cuchillos	50.000						\$ 25.000
Bandejas	75.000						\$ 37.500

	<b>Pre-operativo</b>	<b>Operativo</b>					<b>Liquidación</b>
<b>Inversiones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Samovar	250.000						\$ 125.000
Vasos	200.000						\$ 100.000
Copas	450.000						\$ 225.000
Televisor	400.000						\$ 200.000
DVD	150.000						\$ 75.000
Equipo de Sonido	500.000						\$ 250.000
microfono	55.000						\$ 27.500
Extintoterres	200.000						\$ 100.000
<b>Muebles y Enseres</b>	<b>-\$469.500</b>						<b>\$ 300.000</b>
<b>Equipo de Computación y Comunicación</b>	<b>-\$1.860.000</b>						<b>\$ 930.000</b>
Telefax	260.000						\$ 130.000
Computador e impresora	1.600.000						\$ 800.000
<b>Inversiones Diferidas</b>	<b>-\$ 9.156.673</b>						<b>\$0</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>-\$ 4.699.370</b>						<b>\$ 4.699.370</b>
<b>Total Flujo Neto de Inversiones</b>	<b>-\$53.425.543</b>						<b>\$ 41.206.043</b>

Fuente: Autora del proyecto 2008

## 7. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

El presupuesto de Ingresos y Costos se realiza para obtener una idea de los ingresos y posibles costos en los que la empresa tenga que incurrir en el futuro.

### 7.1 INGRESOS

La empresa Salón de Eventos Dosquebradas obtendrá sus ingresos directamente de la venta de sus servicios y del préstamo de sus equipos audiovisuales, los cuales se alquilan para los eventos educativos.

Estas ventas se muestran en unidades por cada paquete, y han sido proyectadas como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 51. Numero de Servicios prestados 2008-2012**

	FESTIVOS			EDUCATIVOS		TOTAL
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2	
<b>2008</b>	10	11	12	9	10	<b>52</b>
<b>2009</b>	12	13	14	11	12	<b>62</b>
<b>2010</b>	14	16	17	13	14	<b>73</b>
<b>2011</b>	17	18	20	15	17	<b>87</b>
<b>2012</b>	20	22	24	18	20	<b>104</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

El valor de las ventas 2008-2012 se muestran en el siguiente cuadro:

**Cuadro 52. Valor de los paquetes 2008-2012 (\$ 2008)**

AÑOS	FESTIVOS			EDUCATIVOS	
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2
<b>2008-2012</b>	\$ 1.800.000	\$ 1.200.000	\$ 1.000.000	\$ 600.000	\$ 400.000

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Las ventas anuales en pesos de acuerdo al programa de ventas y al número de unidades que se esperan vender serán:

**Cuadro 53. Ventas 2008-2012 (\$ 2008)**

AÑOS	FESTIVOS			EDUCATIVOS		TOTAL
	PQT 1	PQT 2	PQT 3	PQT 1	PQT 2	
2008	\$ 18.000.000	\$ 13.200.000	\$ 12.000.000	\$ 5.400.000	\$ 4.000.000	\$ 52.600.000
2009	\$ 21.384.000	\$ 15.681.600	\$ 14.256.000	\$ 6.415.200	\$ 4.752.000	\$ 62.488.800
2010	\$ 25.404.192	\$ 18.629.741	\$ 16.936.128	\$ 7.621.258	\$ 5.645.376	\$ 74.236.694
2011	\$ 30.180.180	\$ 22.132.132	\$ 20.120.120	\$ 9.054.054	\$ 6.706.707	\$ 88.193.193
2012	\$ 35.854.054	\$ 26.292.973	\$ 23.902.703	\$ 10.756.216	\$ 7.967.568	\$ 104.773.513

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Los ingresos por alquiler de equipos dependen del número de eventos educativos. La siguiente proyección muestra en cifras el valor del alquiler de estos equipos, si se cumplen las proyecciones de ventas programadas:

**Cuadro 54. Alquiler de Equipos 2008-2012 (\$ 2008)**

	2008	2009	2010	2011	2012
Alquiler de Equipos	\$ 1.320.000	\$ 1.412.400	\$ 1.511.268	\$ 1.617.057	\$ 1.730.251

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## 7.2 COSTOS

Los costos en que incurre la empresa serán clasificados para realizar el presupuesto, estos se consideran como Costos Fijos y Costos Variables.

### 7.2.1 Costos Fijos

Los costos fijos son todos los desembolsos de efectivo en que se incurren siempre prestando o no el servicio. En la micro-empresa Salón de Eventos Dosquebradas estos costos son:

- Gastos generales: estos gastos están comprendidos por los servicios públicos, gastos de publicidad e implementos de trabajo.
- Depreciaciones: Las depreciaciones del proyecto son las del local, equipos audiovisuales entre otros.
- Nómina Administrativa: Estos gastos están compuestos por los salarios, y por las prestaciones sociales.
- Impuestos: Son los impuestos prediales

- Amortizaciones Diferidas: Se trasladan los costos que se causaron en el período pre-operativo.
- Imprevistos: se estimaron en un 5% de los costos totales sin incluir depreciación y amortizaciones por cuanto no constituyen desembolso de efectivo.

En el siguiente cuadro se presentan los estimativos de los costos fijos del período de operación 2008 – 2012 del salón de eventos Dosquebradas:

**Cuadro 55. Costos Fijos 2008-2012 (\$ 2008)**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Gastos Generales</b>	<b>\$ 3.777.000</b>	<b>\$ 3.777.000</b>	<b>\$ 3.777.000</b>	<b>\$ 3.777.000</b>	<b>\$ 3.777.000</b>
Publicidad Radial	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Energía Electrica	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Telefono	\$ 396.000	\$ 396.000	\$ 396.000	\$ 396.000	\$ 396.000
Agua	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000
Implementos de Aseo	\$ 421.000	\$ 421.000	\$ 421.000	\$ 421.000	\$ 421.000
Implementos de oficina	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>Gastos Depreciación</b>	<b>\$ 4.123.900</b>	<b>\$ 4.123.900</b>	<b>\$ 4.123.900</b>	<b>\$ 4.123.900</b>	<b>\$ 4.123.900</b>
<b>Gastos Nomina</b>	<b>\$ 26.970.000</b>	<b>\$ 26.970.000</b>	<b>\$ 26.970.000</b>	<b>\$ 26.970.000</b>	<b>\$ 26.970.000</b>
Nomina	\$ 18.600.000	\$ 18.600.000	\$ 18.600.000	\$ 18.600.000	\$ 18.600.000
Prestaciones Sociales	\$ 8.370.000	\$ 8.370.000	\$ 8.370.000	\$ 8.370.000	\$ 8.370.000
<b>Amortizacion de Inversiones Diferidas</b>	<b>\$ 1.835.335</b>	<b>\$ 1.835.335</b>	<b>\$ 1.835.335</b>	<b>\$ 1.835.335</b>	<b>\$ 1.835.335</b>
<b>Impuesto predial</b>	<b>\$ 150.000</b>	<b>\$ 150.000</b>	<b>\$ 150.000</b>	<b>\$ 150.000</b>	<b>\$ 150.000</b>
<b>Total Costos Fijos antes de imprevistos</b>	<b>\$ 36.343.420</b>	<b>\$ 48.407.740</b>	<b>\$ 48.407.740</b>	<b>\$ 48.407.740</b>	<b>\$ 48.407.740</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>\$ 2.148.066</b>	<b>\$ 2.148.066</b>	<b>\$ 2.148.066</b>	<b>\$ 2.148.066</b>	<b>\$ 2.148.066</b>
<b>Total Costos Fijos después de imprevistos</b>	<b>\$ 38.491.486</b>	<b>\$ 38.491.486</b>	<b>\$ 38.491.486</b>	<b>\$ 38.491.486</b>	<b>\$ 38.491.486</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## 7.2.2 Costos Variables

Los costos variables de la micro-empresa Salón de Eventos Dosquebradas provienen del valor de materiales, insumos y Outsourcing. Estos ítems se muestran en el siguiente cuadro:

**Cuadro 56.. Costos Variables 2008-2012 (\$ 2008)**

CONCEPTO	2008	2009	2010	2011	2012
<b>OUTSOURCING</b>	<b>\$ 19.466.000</b>	<b>\$ 20.439.300</b>	<b>\$ 21.461.265</b>	<b>\$ 22.534.328</b>	<b>\$ 23.661.045</b>
Servicios Florales	\$ 3.000.000	\$ 3.150.000	\$ 3.307.500	\$ 3.472.875	\$ 3.646.519
Meseros	\$ 1.520.000	\$ 1.596.000	\$ 1.675.800	\$ 1.759.590	\$ 1.847.570
Servicios de preparación de comidas	\$ 3.000.000	\$ 3.150.000	\$ 3.307.500	\$ 3.472.875	\$ 3.646.519
Preparación de ponque	\$ 1.656.000	\$ 1.738.800	\$ 1.825.740	\$ 1.917.027	\$ 2.012.878
Preparación Salón	\$ 1.800.000	\$ 1.890.000	\$ 1.984.500	\$ 2.083.725	\$ 2.187.911
Licores	\$ 2.890.000	\$ 3.034.500	\$ 3.186.225	\$ 3.345.536	\$ 3.512.813
Bebidas	\$ 1.800.000	\$ 1.890.000	\$ 1.984.500	\$ 2.083.725	\$ 2.187.911
Servicios Musica y Animación	\$ 1.400.000	\$ 1.470.000	\$ 1.543.500	\$ 1.620.675	\$ 1.701.709
Servicios Contables	\$ 2.400.000	\$ 2.520.000	\$ 2.646.000	\$ 2.778.300	\$ 2.917.215
<b>MATERIALES</b>	<b>\$ 310.000</b>	<b>\$ 331.700</b>	<b>\$ 354.919</b>	<b>\$ 379.763</b>	<b>\$ 406.347</b>
Barras de silicona	\$ 200.000	\$ 214.000	\$ 228.980	\$ 245.009	\$ 262.159
Pistola de Silicona	\$ 50.000	\$ 53.500	\$ 57.245	\$ 61.252	\$ 65.540
Cinta de Enmascarar	\$ 25.000	\$ 26.750	\$ 28.623	\$ 30.626	\$ 32.770
Alambre dulce	\$ 35.000	\$ 37.450	\$ 40.072	\$ 42.877	\$ 45.878
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 19.776.000</b>	<b>\$ 20.771.000</b>	<b>\$ 21.816.184</b>	<b>\$ 22.914.092</b>	<b>\$ 24.067.391</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

### 7.2.3 Presupuesto de Ingresos y Costos

Después de hallar los valores de los costos y los ingresos del proyecto, se realizó el Presupuesto de ingresos y costos, el cual se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 57. Presupuesto de ingresos y Costos (\$2008)**

CONCEPTO	Operativo				
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 53.920.000</b>	<b>\$ 63.901.200</b>	<b>\$ 75.747.962</b>	<b>\$ 89.810.250</b>	<b>\$ 106.503.764</b>
Ventas	\$ 52.600.000	\$ 62.488.800	\$ 74.236.694	\$ 88.193.193	\$ 104.773.513
Alquiler de Equipos	\$ 1.320.000	\$ 1.412.400	\$ 1.511.268	\$ 1.617.057	\$ 1.730.251
<b>COSTOS</b>	<b>\$ 58.267.486</b>	<b>\$ 51.262.486</b>	<b>\$ 60.307.670</b>	<b>\$ 61.405.578</b>	<b>\$ 62.558.877</b>
Costos Fijos	\$ 38.491.486	\$ 38.491.486	\$ 38.491.486	\$ 38.491.486	\$ 38.491.486
Costos Variables	\$ 19.776.000	\$ 20.771.000	\$ 21.816.184	\$ 22.914.092	\$ 24.067.391
<b>TOTAL</b>	<b>-\$ 4.347.486</b>	<b>\$ 4.638.714</b>	<b>\$ 15.440.292</b>	<b>\$ 28.404.672</b>	<b>\$ 43.944.887</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## 7.2.4 Flujo Neto Operacional

El flujo neto operacional se ha realizado a partir de los datos hallados anteriormente acerca de los ingresos y costos.

Los ingresos totales se obtienen directamente de la prestación de los servicios del Salón de Eventos Desquebradas y los costos son todos los rubros correspondientes a nómina, gastos generales, costos variables entre otros.

Los gastos de depreciaciones son un reconocimiento del desgaste de los activos utilizados en la operación, y las amortizaciones, permiten que el gasto realizado en las inversiones se vayan descontando paulatinamente en los 5 años de operación. Estos rubros no generan desembolso de efectivo; es por esto que se suman después de la utilidad neta, con el fin de hallar un resultado Real.

### Cuadro 58. Flujo Neto Operacional

	2008	2009	2010	2011	2012
Ingresos totales	\$ 53.920.000	\$ 63.901.200	\$ 75.747.962	\$ 89.810.250	\$ 106.503.764
Costos Totales	\$ 58.267.486	\$ 59.262.486	\$ 60.307.670	\$ 61.405.578	\$ 62.558.877
<b>Utilidad antes de imp.</b>	<b>-\$ 4.347.486</b>	<b>\$ 4.638.714</b>	<b>\$ 15.440.292</b>	<b>\$ 28.404.672</b>	<b>\$ 43.944.887</b>
Impuestos		\$ 1.577.163	\$ 5.249.699	\$ 9.657.589	\$ 14.941.261
<b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>-\$ 4.347.486</b>	<b>\$ 3.061.551</b>	<b>\$ 10.190.593</b>	<b>\$ 18.747.084</b>	<b>\$ 29.003.625</b>
Reservas legales		\$ 306.155	\$ 1.019.059	\$ 1.874.708	\$ 2.900.363
<b>Utilidad por distribuir</b>	<b>-\$ 4.347.486</b>	<b>\$ 2.755.396</b>	<b>\$ 9.171.534</b>	<b>\$ 16.872.375</b>	<b>\$ 26.103.263</b>
Depreciación	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900
Amortización	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335
<b>Flujo neto operacional</b>	<b>\$ 1.611.749</b>	<b>\$ 8.714.631</b>	<b>\$ 15.130.769</b>	<b>\$ 22.831.610</b>	<b>\$ 32.062.498</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## 7.3 FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA SALÓN DE EVENTOS DOSQUEBRADAS

El flujo de caja se elaboró a partir de los resultados del Flujo neto de inversiones y del flujo neto operacional. El siguiente cuadro muestra los resultados:



**Cuadro 59. Flujo Neto de Caja**

	0	1	2	3	4	5	6
<b>Flujo neto de inversiones</b>	<b>-\$53.425.543</b>						<b>\$41.206.043</b>
<b>Flujo neto operacional</b>		<b>\$1.611.749</b>	<b>\$8.714.631</b>	<b>\$15.130.769</b>	<b>\$ 22.831.610</b>	<b>\$ 32.062.498</b>	
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>-\$53.425.543</b>	<b>\$1.611.749</b>	<b>\$8.714.631</b>	<b>\$15.130.769</b>	<b>\$ 22.831.610</b>	<b>\$ 32.062.498</b>	<b>\$41.206.043</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## **8. EVALUACIÓN**

En esta parte del proyecto se analizarán e interpretarán los resultados de todos los componentes anteriormente mostrados, los cuales se analizarán desde dos puntos de vista, Evaluación financiera y evaluación Social; con el fin de formar las decisiones que se implementarán a raíz de los resultados de este proyecto.

Para la evaluación desde el punto de vista financiero se utilizan los siguientes indicadores: Valor presente neto, tasa interna de retorno, relación beneficio- costo, indicadores financieros y Ebitda. Además se efectuó un análisis de sensibilidad con modificación en aquellas variables que se consideran claves y/o inciertas para determinar el comportamiento del proyecto ante su variación

La evaluación social se efectúa determinando los efectos que el proyecto genera para la comunidad, a través de la estimación de sus beneficios en cuanto a factores como generación de empleo, formación de empleados, estudiantes y amas de casa etc.

### **8.1 EVALUACIÓN FINANCIERA**

En esta parte de la evaluación se pretenden medir los resultados del proyecto en términos de la rentabilidad.

#### **8.1.1 Criterios de Evaluación Financiera**

A partir del flujo de caja se han realizado la evaluación financiera tomando como indicadores la tasa interna de retorno (TIR), el valor presente neto (VPN) con una tasa de oportunidad del 8% y la relación beneficio-costo R B/C

##### **8.1.1.1 Valor Presente Neto**

Para el cálculo del valor presente neto se asumió una tasa de oportunidad promedio entre algunas alternativas de colocación de dinero por parte de la Inversionista en entidades financieras. La tasa promedio es del 8% efectivo anual como tasa de oportunidad del proyecto. En el siguiente cuadro se muestra el Valor presente neto de acuerdo a los valores obtenidos en el flujo de caja:

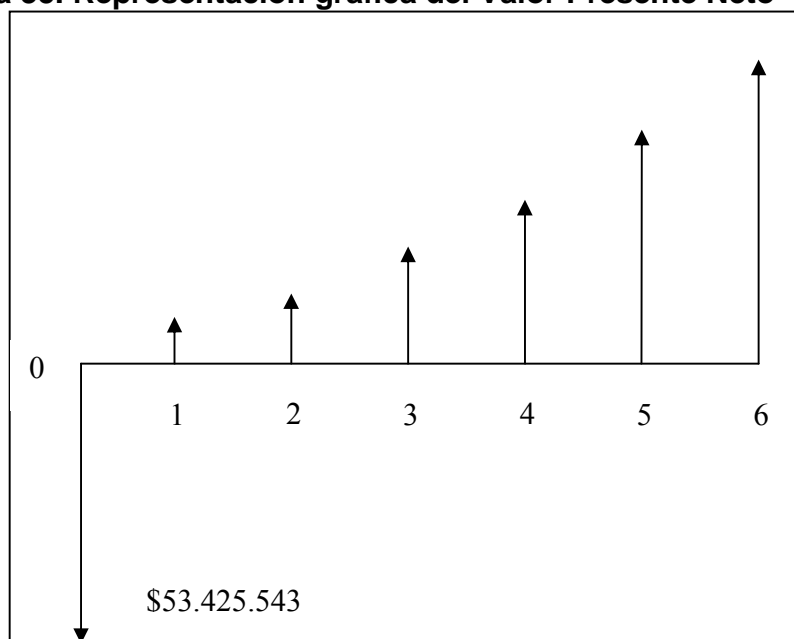
**Cuadro 60. Valor Presente del Proyecto**

PERIODO	FLUJO DE CAJA
0	-\$ 53.425.543
1	\$ 1.611.749
2	\$ 8.714.631
3	\$ 15.130.769
4	\$ 22.831.610
5	\$ 32.062.498
6	\$ 41.206.043
<b>V.P.N</b>	<b>32.119.410</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

El valor presente neto mostrado gráficamente es:

**Figura 35. Representación gráfica del Valor Presente Neto**



Fuente: Autora del Proyecto 2008

El anterior valor calculado indica que el proyecto es financieramente atractivo porque tiene una rentabilidad superior al 8% y permite obtener una ganancia adicional de 32.119.410 en relación con la que se obtendría al invertir a la tasa de intereses de oportunidad.

### 8.1.1.2 Tasa Interna de Retorno

Por el método de la interpolación, se halló el valor 0, del valor presente neto, cuyo valor es aproximadamente el 20,23%.

Como la tasa de retorno es el 20.23% indica que en promedio los recursos invertidos se recuperaron al 20% mostrando beneficios para la inversionista.

### 8.1.1.3 Relación Costo Beneficio

Para el cálculo de la relación se parte de la actualización de todos los ingresos de todos los egresos.

La fórmula de esta relación es:

Figura 36. Fórmula Relación costo-beneficio.

$$R B/C = \frac{\sum It / (1+i)^t}{\sum Et / (1+i)^t}$$

Fuente: Pymes con Futuro

Aplicando los totales de ingresos y egresos, a la fórmula anterior, el resultado es:

$$R B/C = 1.291$$

El anterior resultado indica que los ingresos alcanzan a cubrir perfectamente los egresos del proyecto, es por esto que el proyecto una vez más resulta ser atractivo al ser la relación costo beneficio mayor que uno.

### 8.1.1.4 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad se ha realizado a partir de modificaciones en variables que se consideran de mayor incidencia en el proyecto, como lo son Costos Operacionales e Ingresos Operacionales:

Los costos operacionales se incrementaron en un 5%, con lo cual el flujo de caja y el flujo neto operacional no se afectan considerablemente. Los siguientes cuadros muestran lo anteriormente planteado:

**Cuadro 61. Flujo neto Operacional con aumento de costos operacionales**

<b>AÑOS</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Ingresos totales	\$ 53.920.000	\$ 63.901.200	\$ 75.747.962	\$ 89.810.250	\$106.503.764
Costos Totales	\$ 61.180.860	\$ 62.225.610	\$ 63.323.054	\$ 64.475.856	\$ 65.686.821
<b>Utilidad antes de imp.</b>	<b>-\$ 7.260.860</b>	<b>\$ 1.675.590</b>	<b>\$ 12.424.909</b>	<b>\$ 25.334.393</b>	<b>\$ 40.816.943</b>
Impuestos		\$ 569.700	\$ 4.224.469	\$ 8.613.694	\$ 13.877.761
<b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>-\$ 7.260.860</b>	<b>\$ 1.105.889</b>	<b>\$ 8.200.440</b>	<b>\$ 16.720.700</b>	<b>\$ 26.939.182</b>
Reservas legales		\$ 110.589	\$ 820.044	\$ 1.672.070	\$ 2.693.918
<b>Utilidad por distribuir</b>	<b>-\$ 7.260.860</b>	<b>\$ 995.300</b>	<b>\$ 7.380.396</b>	<b>\$ 15.048.630</b>	<b>\$ 24.245.264</b>
Depreciación	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900
Amortización	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335
<b>Flujo neto operacional</b>	<b>-\$ 1.301.625</b>	<b>\$ 6.954.535</b>	<b>\$ 13.339.631</b>	<b>\$ 21.007.865</b>	<b>\$ 30.204.499</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Cuadro 62. Flujo Neto de Caja con Aumento de costos Operacionales**

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Flujo neto de inversiones	\$ -53.425.543						\$41.206.043
Flujo neto operacional		-\$ 1.301.625	\$ 6.954.535	\$ 13.339.631	\$ 21.007.865	\$ 30.204.499	
Flujo Neto de Caja	\$ -53.425.543	-\$ 1.301.625	\$ 6.954.535	\$ 13.339.631	\$ 21.007.865	\$ 30.204.499	\$41.206.043

Fuente: Autora del Proyecto 2008

El valor presente si se incrementan los costos operacionales en un 5% no deja de ser viable y la tir es de 16.75%. En el siguiente cuadro se muestra el valor presente neto:

**Cuadro 63. Valor Presente Neto**

<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>
<b>0</b>	-\$ 53.425.543
<b>1</b>	-\$ 1.301.625
<b>2</b>	\$ 6.954.535
<b>3</b>	\$ 13.339.631
<b>4</b>	\$ 21.007.865
<b>5</b>	\$ 30.204.499
<b>6</b>	\$ 41.206.043
<b>V.P.N</b>	22.013.559

Fuente: Autora del proyecto 2008

Al disminuir los ingresos directos e indirectos el flujo de caja y el flujo neto de operaciones no se afectan considerablemente. Los siguientes cuadros muestran lo anteriormente planteado:

**Caudro 64. Flujo Neto Operacional con disminución de ingresos**

AÑOS	2008	2009	2010	2011	2012
Ingresos totales	\$ 51.224.000	\$ 60.706.140	\$ 71.960.564	\$ 85.319.737	\$ 101.178.576
Costos Totales	\$ 58.267.486	\$ 59.262.486	\$ 60.307.670	\$ 61.405.578	\$ 62.558.877
<b>Utilidad antes de impuestos.</b>	<b>-\$ 7.043.486</b>	<b>\$ 1.443.654</b>	<b>\$ 11.652.894</b>	<b>\$ 23.914.160</b>	<b>\$ 38.619.698</b>
Impuestos		\$ 490.842	\$ 3.961.984	\$ 8.130.814	\$ 13.130.697
<b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>-\$ 7.043.486</b>	<b>\$ 952.812</b>	<b>\$ 7.690.910</b>	<b>\$ 15.783.345</b>	<b>\$ 25.489.001</b>
Reservas legales		\$ 95.281	\$ 769.091	\$ 1.578.335	\$ 2.548.900
<b>Utilidad por distribuir</b>	<b>-\$ 7.043.486</b>	<b>\$ 857.530</b>	<b>\$ 6.921.819</b>	<b>\$ 14.205.011</b>	<b>\$ 22.940.101</b>
Depreciación	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900	\$ 4.123.900
Amortización	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335	\$ 1.835.335
<b>Flujo neto operacional</b>	<b>-\$ 1.084.251</b>	<b>\$ 6.816.765</b>	<b>\$ 12.881.054</b>	<b>\$ 20.164.246</b>	<b>\$ 28.899.336</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

El siguiente cuadro muestra el flujo de caja para la disminución de los ingresos operacionales, en el cual se muestra una buena liquidez:

**Cuadro 65. Flujo Neto de Caja con disminución de ingresos**

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6
Flujo neto de inversiones	-\$ 53.425.543						\$41.206.043
Flujo neto operacional		-\$ 1.084.251	\$ 6.816.765	\$ 12.881.054	\$20.164.246	\$28.899.336	
Flujo Neto de Caja	-\$ 53.425.543	-\$ 1.084.251	\$ 6.816.765	\$ 12.881.054	\$20.164.246	\$28.899.336	\$41.206.043

Fuente: Autora del Proyecto 2008

El valor presente neto con una disminución de los ingresos es:

**Cuadro 66. Valor presente neto con disminución de ingresos**

PERIODO	FLUJO DE CAJA
0	-\$ 53.425.543
1	-\$ 1.084.251
2	\$ 6.816.765
3	\$ 12.881.054
4	\$ 20.164.246
5	\$ 28.899.336
6	\$ 41.206.043
<b>V.P.N</b>	<b>22.096.716</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Con la disminución de los ingresos, el valor presente neto sigue siendo positivo con una tasa de oportunidad del 8% y con una Tir del 16.20%, es decir el proyecto no deja de ser rentable.

#### **8.1.1.4.1 Conclusiones del Análisis de Sensibilidad**

El análisis de sensibilidad efectuado muestra que al realizar un incremento ya sea en los costos operacionales o en los ingresos, no se afecta el efectivo durante los primeros años.

Las TIR halladas en el aumento de los costos operacionales y en la disminución de los ingresos, no afectaron la rentabilidad del proyecto considerablemente, porque las tasas de oportunidad (8%), siguieron siendo menores que las TIR.

Al aumentar los costos se produce una disminución en la tasa interna de retorno equivalente al 4% aproximadamente; de forma similar, una disminución en los ingresos produjo una disminución en la TIR de aproximadamente 4%, indicando que el proyecto no es tan sensible a variaciones de ingresos y costos. Los anteriores resultados indican también que los ingresos y los costos totales son variables que tienen la misma incidencia en el proyecto para efectos de control.

## **8.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA**

- Al final del primer año, no hubo utilidades comerciales, por lo tanto el índice de liquidez del 2009 sobrepasa las expectativas, pues el pasivo por impuestos es el único al final de cada ejercicio, en esta empresa.
- Debido al tipo de actividad comercial de la empresa, los pasivos junto a los ingresos son de cancelación inmediata, por ello al 31 de diciembre de cada año la cartera y los pagos a terceros están saldados.
- En los años siguientes al período pre-operativo la Empresa Salón de eventos Dosquebradas tiene como único activo corriente su saldo de caja al final del periodo, el cual aumenta cada año, y a su vez su único pasivo corriente es el impuesto de renta, que grava las utilidades que igualmente se incrementan en cada ejercicio.
- El capital de trabajo de la Empresa se incrementa cada año lo cual muestra una gran capacidad de pago y genera la suficiente confianza en la inversionista y el sector externo, para reinvertir en activos que le aumenten sus proyecciones en ventas y le otorguen un crecimiento económico.

- Los activos utilizados en la operación tienen la capacidad de rentar más de su valor nominal, esto significa que las ventas debe ser mayor al total de los activos, y esto se ve claramente reflejado en la Empresa Salón de eventos Dosquebradas.
- El margen neto de utilidad de los años de opeación de la Empresa en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos es siempre positiva excepto en el primer año lo que es normal, esto indica que se generaran excedentes en los años siguientes al primer año.
- La solvencia al final del último año es de 1,29 y demuestra la capacidad de la empresa para cubrir las cuentas que se tengan con los acreedores, es decir con los activos se están cubriendo la totalidad de los pasivos.
- A partir del segundo año, la empresa muestra ganancias en su operación, haciéndose cada año mayor. Esto significa que la inversionista podrá reinvertir sus ganancias para comprar, cambiar y mejorar los equipos o las instalaciones.
- Por los índices financieros se puede concluir que existe una gran viabilidad económica en el montaje del proyecto Salón de Eventos en el Municipio de Dosquebradas.
- El valor presente neto (VPN), calculado con una tasa de oportunidad del 8% es positivo esto indica que el proyecto es factible, la inversionista debe iniciar inmediatamente su implementación.
- La tasa de oportunidad es menor que la tasa interna de retorno, esto significa que la inversionista obtiene más ganancia por cada peso que invierta en el proyecto Salón de Eventos, que la ganancia obtenida en cualquier otro proyecto.
- La empresa cuenta con capital de trabajo suficiente para pagar todas sus obligaciones a corto plazo y las proyecciones muestran que la empresa no necesitaría deudas financieras para subsanar su operación, a menos que deseara realizar una inversión en activos con el fin de mejorar las proyecciones. Con esto se deduce que la liquidez generada es suficiente para mantener la reinversión permanente.
- Los activos de la empresa son suficientes para generar ventas que aumentan el valor de los mismos, generando a su vez márgenes de utilidad bruta aceptables y márgenes netos acordes con los del sector económico al cual pertenece.



### **8.3 EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL**

El impacto social que tiene el proyecto en el área de influencia es:

- La generación de empleos directos e indirectos.
- La satisfacción de la inversionista por sus ganancias, las cuales a diferencia de otras empresas de la región, son invertidas en estas ciudades.
- Se incentiva a otros inversionistas para que inviertan en la empresa Salón de Eventos Dosquebradas.
- El proyecto brinda oportunidades a personas de escasos y medianos recursos a celebrar eventos festivos y a participar de eventos culturales y educativos.
- Las personas particulares y las empresas tendrán otra opción donde celebrar sus eventos educativos o sus encuentros empresariales con alta calidad y bajo costo.
- El impacto ambiental que tiene el proyecto en el área de influencia se deriva del ruido que se puede causar en las celebraciones de fiestas y festejos, sin embargo es política de la empresa establecer recomendaciones encaminadas a informar a los usuarios de normas de comportamiento para evitar afectar a la comunidad circundante.

## 9. CONCLUSIONES

- La puesta en marcha del Salón de Eventos Dosquebradas permite prestar servicios a la sociedad de forma eficaz y económica.
- Con este proyecto se beneficia a toda la comunidad del área de influencia dado que el servicio que se prestarán, son bajos, y de muy buena calidad.
- Dada la diversidad de productos que se necesitan en la preparación de eventos de todo tipo, se generará muchos trabajos directos e indirectos los cuales benefician a la comunidad en general.
- Por la economía de los servicios, se podrán desarrollar clases artísticas entre otras, los cuales pueden beneficiar a las madres cabezas de familia y a otros sectores vulnerables.
- Después del análisis financiero y de sensibilidad, con los resultados obtenidos, se infiere que la implementación del proyecto en el municipio de Dosquebradas sería factible, dado que los resultados financieros son atractivos para la inversionista.
- La demanda de los servicios de organización de eventos seguirá existiendo porque las familias siempre tendrán la necesidad de acudir a diferentes sitios para educarse, y para celebrar sus festividades.
- En los últimos 10 años las empresas prestadoras de servicios para eventos Educativos y sociales han aumentado de manera notoria, sin embargo todavía no se puede considerar ésta suficiente para absorber gran parte de la demanda potencial, porque las empresas han dejado gran porción del mercado insatisfecha, debido a los altos costos y a lo excluyentes que pueden llegar a ser.
- Con el montaje de la Empresa Salón de Eventos, se genera un impacto social positivo que radica en los siguientes puntos:
  - Se motiva a los sectores que conforman la cadena de abastecimiento de los productos que se utilizan al organizar eventos, tales como las flores, los elementos de decoración, los licores, las bebidas gaseosas, y los alimentos de todo tipo.
  - La generación de empleos directos e indirectos.
  - Se ofrecerá a los habitantes de Pereira, Santa Rosa y Dosquebradas, un producto de la región para la región, demostrando que en Dosquebradas existen buenas oportunidades de negocios, el

personal capacitado, los conocimientos necesarios y la tecnología necesaria para explotarlas.

- A nivel post venta se debe resaltar, que después de celebrar un evento como el cliente lo quería, el grado de satisfacción del mismo debe ser tan grande, que debe sentir que valió la pena todos los esfuerzos realizados para la ejecución del mismo.

## 10. RECOMENDACIONES

- Presentar el estudio de acuerdo a la estructura exigida por Proexport y de incubadora de empresas, entre otros, con el fin de obtener beneficios financieros, y tributarios.
- Promover la realización de Estudios de Factibilidad para solucionar problemas de la región, convirtiéndolos en oportunidades de negocios, generando así beneficios económicos para la inversionista y nuevas fuentes de empleo, con el cual se mejorará el nivel de vida de la comunidad.
- Se debe solicitar asesoría a entidades como la cámara de comercio o las universidades con el fin de informarse sobre:
  - La posibilidad de reinversiones de utilidades o excedentes de efectivo que pueda generar la operación con el fin de proyectar la empresa a nuevos horizontes.
  - Recibir formación en el manejo de la empresa ante los diferentes tratados comerciales y económicos a los que Risaralda se enfrentará.
- No todas las familias celebran sus fiestas o sus reuniones educativas en salones particulares, muchas tienen sus propios espacios como salones sociales en unidades cerradas y fincas, las cuales son una oportunidad para decorar, y pueden generar otra fuente de ingresos para la empresa.
- La inversionista debe estar muy actualizada en fiestas tema, para estar en la vanguardia de la organización de eventos.
- El Internet, y la cercanía con otras empresas del mismo sector permitirá obtener información de tendencias comerciales y administrativas acerca de esta empresa.
- A pesar de las condiciones de la planta física, a futuro se hace necesario construir dos baños más y mejorar la infraestructura dotándola de mejores condiciones que propendan por el bienestar de los usuarios.

## BIBLIOGRAFÍA

- *Ansoff, H. Igor. La estrategia de la Empresa. Biblioteca de la Empresa. 1989*
- *Chalet, R. Andrews. El cocepto de estrategia de la empresa. Biblioteca de la empresa. 1989.*
- *Grove, Andrew S. Cómo Aumentar el rendimiento de los Directivos. Biblioteca de la Empresa. 1989*
- *Marshal, Antonio. Análisis Político de la Empresa. Biblioteca de la Empresa. 1989.*
- *Michael, j. Spendolini. Benchamarking. Editorial Norma. 1994.*
- *Michael, R. czinkota, Marketing Internacional, cuarta edición. McGraw Hill. 1996.*
- *MIRANDA LONDOÑO, Alfonso. Compilación de documentos sobre derecho de la competencia. Pág. 19. Centro de estudios de derecho de la competencia. CEDEC III. Seminarios 10. Pontificia Universidad Javeriana. 1999*
- *Ogilvy, David. Confesiones de un publicitario. Biblioteca de la Empresa. 1989*
- *Taylor, Frederick W. Management Scientific. Biblioteca de la Empresa. 1989.*

Paginas Web consultadas:

- Pagina Web Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Fiesta>
- Pagina Web Rincón Del Vago [www.rincondelvago.com](http://www.rincondelvago.com)
- Pagina Web Dosquebradas.  
[www.dosquebradas.gov.co/ktml2/files/uploads/plan\\_desarrollo.pdf](http://www.dosquebradas.gov.co/ktml2/files/uploads/plan_desarrollo.pdf)
- Pagina Web Corporación Para El Desarrollo De Las Microempresas  
<http://www.microempresas.com.co/portal/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2>.
- Pagina Web Club del Comercio  
[http://www.clubcomerciopereira.com/contprin.asp?contenido\\_id=15](http://www.clubcomerciopereira.com/contprin.asp?contenido_id=15)
- Página Web Universidad Nacional  
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-2.htm>

- Pagina Web Pymes con futuro  
[www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#Cálculo%20del%20VPN](http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#Cálculo%20del%20VPN)
- Página Web Súper Intendencia de Industria y Comercio [www.sic.gov.com](http://www.sic.gov.com)
- Página Web Senado de la República [www.senado.gov.co/](http://www.senado.gov.co/)

## ANEXOS

### Anexo A

#### Estudio de Súper Sociedades en Risaralda

El estudio de las súper sociedades en el año 2006 acerca de la cantidad de empresas en el mercado en diferentes áreas es<sup>40</sup>:

#### Cuadro 67. Estudio de Súper Sociedades

Tipo de Empresas	Cantidad
comercio mayor	79
comercio menor	50
comercio vehículos y actividades conexas	39
actividades inmobiliarias	31
construcciones obras residenciales	23
fabricación de prendas de vestir	21
otras actividades empresariales	12
servicios comunitarios	12
productos alimenticios	11
Otros	93
<b>Total Empresas</b>	<b>371</b>

Fuente: [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)

El estudio muestra que el crecimiento de las empresas legalmente constituidas en Risaralda en los últimos años se ha incrementado, sin embargo no tanto como se esperaba. El sector que ocupa el primer puesto es el de comercio al por mayor, seguido del comercio al por menor y en el octavo lugar de esta clasificación con 12 empresas se encuentran los servicios sociales a comunidades, donde están inmersas las empresas organizadoras de eventos.

Otra variable de dicho crecimiento es la necesidad de las personas de delegar la organización de un evento a terceros, porque no se tiene tiempo suficiente para dicha actividad, y en segundo lugar para que todo en un evento salga como se desea.

---

<sup>40</sup>[http://www.supersociedades.gov.co/web/documentos/INFORMES%20ECONOM%20C3%8DA%20REGION AL-RISARALDA.pdf](http://www.supersociedades.gov.co/web/documentos/INFORMES%20ECONOM%20C3%8DA%20REGION%20AL-RISARALDA.pdf)

## Anexo B

### Costos de Maquinaria y Equipo

Los costos de los equipos cotizados se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 68. Costos de Maquinaria y Equipo

<b>CANTIDAD</b>	<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Videobeam	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
1	Luces de Neón	\$ 200.000	\$ 200.000
1	Cámara de Humo	\$ 250.000	\$ 250.000
1	Cámara de burbujas	\$ 250.000	\$ 250.000
18	Vajillas de 6ptos.	\$ 50.000	\$ 900.000
18	Juegos de cubiertos de 6pts.	\$ 20.000	\$ 360.000
100	Sillas plásticas	\$ 25.000	\$ 2.500.000
15	Mesas plásticas de 6pts	\$ 50.000	\$ 750.000
150	Vestidos para sillas	\$ 15.000	\$ 2.250.000
25	15 manteles	\$ 18.000	\$ 450.000
2	Set de Cuchillos	\$ 25.000	\$ 50.000
5	Bandejas	\$ 15.000	\$ 75.000
1	Samovar	\$ 250.000	\$ 250.000
100	Vasos	\$ 2.000	\$ 200.000
100	Copas	\$ 4.500	\$ 450.000
1	Televisor	\$ 400.000	\$ 400.000
1	DVD	\$ 150.000	\$ 150.000
1	Equipo de Sonido	\$ 500.000	\$ 500.000
1	micrófono	\$ 55.000	\$ 55.000
4	Extintores	\$50.000	\$200.000
<b>Total Costos de Maquinaria y Equipo</b>			<b>\$ 12.240.000</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## Anexo C

### Costos de Muebles y Enseres

Los costos de muebles y enseres se relacionan en el siguiente cuadro:



Cuadro 69. Costos de Muebles y Enseres

<b>CANTIDAD</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Escritorio de oficina	\$ 150.000	\$ 150.000
1	Archivador	\$ 179.500	\$ 179.500
1	Silla convencional oficina	\$ 90.000	\$ 90.000
2	Silla de Espera	\$ 25.000	\$ 50.000
<b>Total Costos Muebles y Enseres</b>			<b>\$ 469.500</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

#### **Anexo D**

#### **Costos de Equipos de Computación y Comunicación**

Los costos de Equipos de Computación y comunicación se relacionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 70. Costos de Muebles y Enseres

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Telefax	\$ 260.000	\$ 260.000
1	Computador e impresora	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
<b>Total Costos Equipos de Computación y Comunicación</b>			<b>\$ 1.860.000</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Anexo E**  
**Costos Elementos de Consumo**

En los siguientes cuadros se mostraran los elementos de consumo de la micro-empresa Salón de Eventos Dosquebradas.

**Cuadro 71. Costos de implementos de papelería y oficina**

<b>CANT</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
3	Lapiceros	\$ 800	\$ 2.400
2	Resma Papel Tamaño Carta	\$ 9.500	\$ 19.000
20	Sobres de Carta	\$ 50	\$ 1.000
10	Sobres de Manila	\$ 100	\$ 1.000
2	Resaltadores	\$ 1.500	\$ 3.000
2	Marcador Tablero Acrílico	\$ 3.000	\$ 6.000
1	Borrador Tablero Acrílico	\$ 2.000	\$ 2.000
1	Caja de Ganchos de Carpeta	\$ 2.000	\$ 2.000
1	Caja de grapas	\$ 3.200	\$ 3.200
1	Cosedora Escritorio	\$ 9.500	\$ 9.500
1	Perforadora	\$ 8.900	\$ 8.900
1	Pegante	\$ 3.000	\$ 3.000
1	Cinta Adhesiva	\$ 1.250	\$ 1.250
1	Corrector	\$ 3.500	\$ 3.500
1	Caja de Clips	\$ 3.000	\$ 3.000
1	Portaminas	\$ 2.500	\$ 2.500
1	Borrador Nata	\$ 500	\$ 500
500	tarjetas de Presentación 100		\$ 125.000
1	factura de venta (100)		\$ 55.000
1	cotizaciones (100)		\$ 55.000
1	Tijeras	\$ 4.500	\$ 4.500
	Recibos de Caja (100)		\$ 55.000
<b>Total implementos de oficina</b>			<b>\$ 366.250</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## Anexo F

### Costos de Elementos de Aseo

**Cuadro 72. Costos de Aseo**

<b>CANTIDAD</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Guantes	\$ 1.950	\$ 3.900
2	Cepillo de Baño	\$ 4.500	\$ 9.000
1	Bomba Succión Sanitario	\$ 3.000	\$ 3.000
2	Cepillo lava piso	\$ 8.500	\$ 17.000
2	Escoba	\$ 6.700	\$ 13.400
2	Cepillo pequeño	\$ 2.500	\$ 5.000
2	Recogedor	\$ 9.500	\$ 19.000
2	Trapero	\$ 8.500	\$ 17.000
4	Paño Multiusos	\$ 2.500	\$ 10.000
4	Detergente Polvo 5000grs	\$ 10.900	\$ 43.600
4	Detergente Piso 3 Lt	\$ 8.900	\$ 35.600
4	Límpido	\$ 3.600	\$ 14.400
2	Balde	\$ 10.000	\$ 20.000
<b>Total Costos de Aseo</b>			<b>\$ 210.900</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## Anexo G

### Costos de Elementos de Primeros Auxilios

**Cuadro 73. Costos de Elementos de Primeros Auxilios**

<b>CANTIDAD</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Isodine Solución	\$ 6.000	\$ 6.000
1	Alcohol	\$ 1.800	\$ 1.800
1	Dolex 12 Tabletas	\$ 3.500	\$ 3.500
1	Sal de Frutas (8 Sobres)	\$ 4.050	\$ 4.050
1	Alkaseltzer	\$ 7.500	\$ 7.500
1	Algodón	\$ 3.500	\$ 3.500
1	Aspirinas (20 tabletas)	\$ 2.370	\$ 2.370
<b>Total Implementos de Primeros Auxilios</b>			<b>\$ 28.720</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## Anexo H

### Costos de Constitución de la empresa.

**Cuadro 74. Costo de Documentos de Constitución**

<b>DOCUMENTOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Registro Cámara y Comercio	\$ 174.000
Registro Mercantil	\$ 124.000
Industria y Comercio	\$ 0
Estudio del Nombre	\$ 1.400
Formularios de Cámara y Comercio	\$ 3.200
<b>Total Costos de Constitución de Empresa</b>	<b>\$ 302.600</b>

## Anexo I

### Gastos depreciación Equipos

El siguiente cuadro muestra los gastos de depreciación anual de los Equipos:

**Cuadro 75. Gastos de Depreciación**

<b>EQUIPO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PERIODO A DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Equipos de Computación y comunicación	\$ 1.860.000	5	\$ 372.000
Muebles y Enseres	\$ 469.500	5	\$ 93.900
Maquinaria y Equipo	\$ 12.040.000	5	\$ 2.408.000
Edificaciones	\$ 25.000.000	20	\$ 1.250.000
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>			<b>\$ 4.123.900</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

**Cuadro 76. Nomina 2008 (por mes)**

<b>NOMINA</b>	<b>NO. EMPLEADOS</b>	<b>SALARIO</b>	<b>AUX</b>	<b>PENSION</b>	<b>SALUD</b>	<b>TOTAL</b>
Secretaria	1	550000	55000	22000	22000	\$ 561.000
Administradora	1	1000000	0	40000	40000	\$ 920.000
<b>TOTAL NOMINA</b>						<b>\$ 1.481.000</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

## Anexo J

### Aportes Parafiscales y Aportes de Seguridad Social

Para los aportes parafiscales y Aportes a Seguridad Social, se tuvo en cuenta lo siguiente:

#### **Cuadro 77. Aportes parafiscales y Aportes a Seguridad Social 2008 (por mes)**

<b>EMPLEADOS</b>	<b>Arp</b>	<b>Caja</b>	<b>ICBF</b>	<b>Sena</b>	<b>Salud</b>	<b>Pensión</b>	<b>Total</b>
Secretaria	2860	22000	16500	11000	68750	88000	\$ 209.110
Administradora	5200	40000	30000	20000	125000	160000	\$ 380.200
<b>Total Aportes Parafiscales y Aportes Salud y pensión</b>							<b>\$ 589.310</b>

Fuente: Autora del Proyecto 2008

Para el cuadro de Prestaciones sociales se tuvo en cuenta los siguientes valores:

- Vacaciones: 15 días hábiles por año
- Prima: 1 salario al año pagado en dos cuotas.
- Cesantías: 1 Salario Anual
- Intereses a las cesantías: 12% anual

## Anexo K

### **PEREIRA: Comuna Río Otún, la más poblada<sup>41</sup>**

Con 38.779 personas, la Comuna Río Otún se constituye en la más poblada de Pereira, donde además las mujeres también superan a los hombres. Son 20.865 mujeres y 17.914 hombres en esta parte de Pereira. En orden de población por número de habitantes, le sigue la Comuna Centro, con 34.119 personas, de los cuales 17.841 son mujeres y 16.278, hombres. El tercer lugar entre las Comunas más pobladas es la Comuna San Joaquín, con 30.065 habitantes, de los cuales 15.675 son hombres y 14.930 son mujeres. La Comuna del Café reporta 25.203 habitantes, de los cuales 13.601 son mujeres y 12.142, hombres. La Comuna Boston también tiene un lugar entre las más pobladas con 24.097 personas, de las cuales 12.954 con hombres y 11.143, mujeres.

La Comuna Aeropuerto es la única donde las mujeres son menos que los hombres. Hay en total 2.458 personas y de ellas 733 son mujeres y 1.725 son

<sup>41</sup> [http://www.eldiario.com.co/bodyindex.php?anteriores=2006-10-17&id\\_noticia=73003&nombre=noticias&padre=5](http://www.eldiario.com.co/bodyindex.php?anteriores=2006-10-17&id_noticia=73003&nombre=noticias&padre=5)

hombres.

#### Migración

En 12.012 de Pereira reportan experiencia migratoria. Es decir al menos uno de sus miembros ha viajado o permanece en el exterior. En la Comuna Río Otún, hay 11.056 hogares y de ellos, 1.600 reportan experiencia migratoria. Le sigue la Comuna Centro, con 11.180 hogares y de ellos 1.282 tienen vínculo en el exterior. Por su parte la Comuna Boston tiene 7.237 hogares y de ellos 884 reportan experiencia migratoria, otras comunas como San Joaquín tienen 8038 hogares y 852 con experiencia migratoria. Cuba cuenta con 5.043 hogares y 808 con experiencia migratoria y otras como la Comuna El Oso, tienen 6.289 hogares y en 824 de ellos hay personas en el exterior.

#### Discapacidad

Según las cifras del Dane, en Pereira existen 66.457 personas que reportan algún tipo de discapacidad. Llama la atención que en el rango de edades, hay tres personas -un hombre y dos mujeres que tienen entre 105 y 110 años.

#### Vivienda

En Pereira tanto en su zona urbana como rural, hay un total de 177.774 viviendas, de las cuales 112.354 están ocupadas con todas las personas presentes, 128 ocupadas con las personas ausentes y 5.292 desocupadas. De estas 117.774 viviendas, 86.089 son casas, 4 casas indígenas, 27.869 apartamentos, 3.641 cuartos y 171 son otro tipo de viviendas, que pueden ser carpas, barcos, refugio natural o puente.

#### Servicios públicos

De las 112.354 viviendas ocupadas, 105.578, tienen todos los servicios públicos y 235 en el área urbana y 106 en el área rural, carecen de energía, acueducto y alcantarillado, para un total de 341 viviendas carentes de todos los servicios.

#### Actividades agropecuarias

De las viviendas ocupadas en Pereira con personas presentes ubicadas en áreas rurales dispersas, por actividad agropecuaria, hay 8.172 de las cuales 996 que reportan actividad agrícola y pecuaria, 538 con actividad agrícola únicamente, sin actividad agrícola 2.063 y 4.177, sin información.

#### Nivel educativo

Las cifras del Censo 2005, son una importante herramienta de información que permita además dar cuenta de cómo está la población en lo que se refiere a nivel educativo.

En Pereira, hay 30.621 personas sin ningún nivel educativo, 56. 728 que han terminado su primaria, 90.943 personas con primaria incompleta, 19.214 sin secundaria completa y 65.675 con la secundaria incompleta. En la capital risaraldense las cifras reportan 46.862 personas con media académica incompleta y 9.637 con educación media académica incompleta. El Dane también reporta un total de 31.399 profesionales en la ciudad Pereira, 4.983 personas que han realizado algún tipo de especialización y 1.258 personas que han realizado maestría en la capital de Risaralda.