

**DISEÑO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA  
MONTAJES Y EVENTOS S.A.S**

**DANIEL LEONARDO PUENTES ARISMENDI**

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTA  
EN GERENCIA DE EMPRESAS**

**ORIENTADOR  
OSCAR GONZÁLEZ PEÑA  
INGENIERO QUÍMICO – MBA**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESAS  
BOGOTÁ D.C.**

**2021**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

Firma del director de la especialización

---

Firma del calificador

Bogotá D.C. junio de 2021

## **DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD**

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro.

Dr. Mario Posada García.

Consejero institucional.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña.

Vicerrectora Académica y de Investigaciones.

Dra. María Claudia Aponte Gonzales.

Vicerrector Administrativo y Financiero.

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro.

Secretaria General.

Dr. Alexandra Mejía Guzmán.

Decano de Ciencias Económicas y Administrativas.

Dr. Marcel Hofsdette Gascón.

Director de la Especialización de Gerencia de Empresas.

Dr. Andrés Rueda.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de grado está dedicado a Dios quien es el centro de mi vida y de todo lo que me rodea. A mis papás que desde el cielo son los ángeles que me protegen y me guían para tomar las mejores decisiones día tras día. A mis hermanos quienes me han acompañado en cada etapa de mi vida y en todos mis proyectos. A mi pareja que ha estado presente incondicionalmente en cada uno de mis sueños y ha hecho todo por siempre apoyarme.

Finalmente quiero dedicar cada logro a mis sobrinos con el fin de demostrarles que los sueños si se cumplen, si se lucha y se esmera por cumplirlos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar un profundo agradecimiento a Dios por sus bendiciones y porque gracias a él he podido alcanzar cada logro que me propongo. Gracias a mis padres por dejarme tantas enseñanzas y por ser un ejemplo para mí en todos los aspectos de la vida.

Gracias a mis hermanos y a mi familia por hacerme la persona que soy hoy y forjarme siempre fuerte para enfrentarme a todo lo que pueda pasar y sobre todo gracias por apoyarme en cada uno de mis sueños.

De igual manera mis agradecimientos a la Fundación Universidad de América por haberme permitido ser parte de esta comunidad, gracias a todos los docentes y funcionarios que hicieron parte de mi proceso académico, me llevo las mejores experiencias que sé que me servirán a nivel personal y profesional.

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	10
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	11
<b>OBJETIVOS</b>	12
<b>1. MARCO TEÓRICO</b>	13
<b>2. DIAGNÓSTICO</b>	18
2.1 Análisis PEST	19
2.2 Análisis del sector	22
2.3 Autodiagnóstico Cámara de Comercio	26
2.4 Matriz DOFA	37
<b>3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</b>	40
3.1 Misión	40
3.2 Visión	40
3.3 Valores	40
3.4 Objetivos	41
3.6 Política de la empresa	42
3.7 Estrategias	42
3.8 Indicadores	43
3.9 Análisis organizacional recursos humanos	46
3.10 Manual de funciones	47
<b>4. CUADRO DEL RESUMEN GENERAL DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</b>	49
4.1 Estructura del cuadro	49
4.2 Análisis del cuadro	51
<b>5. ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO</b>	51
5.1 Flujo de efectivo actual	51
5.2 Flujo de efectivo Propuesto	52
5.4 Valor presente neto	54
5.5 Costo anual uniforme equivalente	55
<b>6. CONCLUSIONES</b>	57
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	58
<b>ANEXOS</b>	64

## LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. Calificación autodiagnóstico Cámara de Comercio de Bogotá	26
Tabla 2. Diagnóstico de la planeación estratégica Montajes y Eventos	26
Tabla 3. Diagnóstico gestión comercial Montajes y Eventos	27
Tabla 4. Diagnóstico gestión de operaciones Montajes y Eventos	28
Tabla 5. Diagnostico gestión administrativa Montajes y Eventos	29
Tabla 6. Diagnóstico gestión del talento humano Montajes y Eventos	31
Tabla 7. Diagnóstico gestión financiera Montajes y Eventos	32
Tabla 8. Diagnóstico gestión de calidad Montajes y Eventos	33
Tabla 9. Diagnóstico gestión logística Montajes y Eventos	34
Tabla 10. Diagnostico gestión empresa familiar Montajes y Eventos	35
Tabla 11. Resumen diagnóstico empresarial Montajes y Eventos	36
Tabla 12. Matriz DOFA	39
Tabla 13. Manual de funciones gerente general	47
Tabla 14. Estructura del cuadro de la planeación estratégica	49
Tabla 15. Proyección flujo de caja	52
Tabla 16. Proyección flujo de ingresos	53
Tabla 17. Valor presente neto sin proyecto	54
Tabla 18. Valor presente neto con proyecto	55
Tabla 19. Costo anual uniforme equivalente sin proyecto	55
Tabla 20. Costo anual uniforme equivalente con proyecto	56
Tabla 21. Relación costo beneficio	56



## **RESUMEN**

Por medio del presente estudio que abarca la planeación estratégica de la empresa Montajes y Eventos se logró realizar un diagnóstico que permitiera analizar los factores internos y externos que tiene la empresa. Para el análisis externo se utilizó la estrategia PEST teniendo en cuenta factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos donde se evidencia cómo estos influyen de manera importante en el desarrollo económico de la empresa. Para analizar los factores internos se contempla la herramienta de autodiagnóstico de la Cámara de Comercio de Bogotá, la cual muestra aspectos comerciales, operacionales, administrativos, financieros, entre otros donde se puede identificar a través de un resultado las debilidades y fortalezas que presenta la empresa actualmente. Por otra parte, se implementó la matriz DOFA con el objetivo de establecer debilidades, oportunidades y amenazas que sirven para realizar estrategias para el mejoramiento de la empresa. En efecto, por los diferentes factores analizados se puede llevar a cabo la implementación de la planeación estratégica para llevar a la empresa a un futuro más próspero.

Palabras claves: planeación estratégica, análisis PEST, matriz DOFA, análisis financiero.

## INTRODUCCIÓN

La Empresa Montajes y Eventos es una empresa del sector de eventos que se dedica al alquiler de carpas y mobiliario, la cual ha trabajado siempre por sus clientes. En la actualidad requiere una estricta planeación estratégica donde se mostrarán los aspectos internos y externos.

Para entender cada aspecto se trabajarán modelos, métodos, recursos y capacidades con los que la empresa cuenta para distinguirse en el mercado. Con todos los aspectos y problemas ya identificados se determinará cuál será el plan estratégico para llegar a las metas de la empresa.

Uno de los referentes más importantes de la planeación estratégica, desde 1990, Michael Porter describe que las estrategias que permiten obtener las ventajas competitivas frente a otras empresas son por tres motivos: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque. (Porter, 1996). Es por esto que todas las empresas deben estar alineadas y preparadas para gestionar una planeación estratégica que les permita cumplir sus objetivos y metas, llegar a obtener resultados favorables y mejorar en la toma de decisiones para aumentar su participación en el mercado. La falta de planeación estratégica en las microempresas de Colombia en los últimos años ha llevado que estas mismas presenten problemas a nivel administrativo, financiero y operacional.

El siguiente trabajo propone el diseño de la planeación estratégica de la empresa Montajes y Eventos mediante un diagnóstico interno de la empresa y un análisis externo de la actividad lo cual brindará a la compañía el camino que desea lograr y mejorar la situación actual de la misma mediante diferentes herramientas y estrategias como la implementación de misión, visión, objetivos, valores corporativos y política organizacional, así mismo brindar desarrollo sostenible y dar continuidad al negocio a largo plazo.

## JUSTIFICACIÓN

La planeación estratégica es una de las cosas esenciales e importantes que deben implementarse al interior de una empresa, ya que es una potente herramienta que sirve para analizar una situación, decidir en qué dirección se quiere transformar, además de permitir utilizar adecuadamente los recursos, establecer un sistema de control y seguimiento de las acciones y la consecución de objetivos. (García y Durán, 2017).

Teniendo en cuenta los problemas que presenta la empresa Montajes Y Eventos, se ha considerado importante realizar el diseño de la planeación estratégica de la empresa porque esto permitirá dar cumplimiento a los objetivos, a generar un patrón de decisiones coherentes e integradoras donde prime la organización, planeación y establecimiento de objetivos específicos medibles y alcanzables (Pimentel,1999). Al existir un plan estratégico se cuentan con herramientas que apunten a direccionar la estructura del negocio, a definir un proceso de manera permanente que se enfoque en cumplir sus propósitos.

Con este proyecto se pretende encaminar al negocio, darle un giro optimista, y alternativas de solución de problemas que conlleven a una mejora de organización y a través de ellas lograr su misión y objetivos, así mismo reconocer debilidades y fortalezas que sirvan para convertirse en aspectos positivos y productivos en donde la administración de la empresa y colaboradores se encuentren estables, motivados y comprometidos a cumplir con las expectativas que se tienen; con el fin de que se genere un crecimiento para que la empresa tenga un futuro más próspero y siga ofreciendo sus servicios a los clientes.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Elaborar un diseño de planeación estratégica para la empresa Montajes y Eventos S.A.S

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico interno de la empresa y un análisis externo de la actividad.
- Diseñar la planeación estratégica con el fin de mejorar la situación de la empresa
- Elaborar el cuadro estratégico identificando los indicadores de seguimiento.
- Evaluar financieramente la implementación mediante la relación costo beneficio.

## **1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

El marco teórico que se desarrollará a continuación permitirá conocer los conceptos básicos para el desarrollo de este proyecto, aquí se nombrarán aquellas teorías, conceptos y conocimientos, así como métodos y procedimientos que aportarán con el desarrollo del proyecto en la empresa Montajes y Eventos; con el fin de llevar a cabalidad los objetivos mencionados anteriormente.

### **1.1 Diagnóstico**

El capítulo de diagnóstico se enfocará en realizar un análisis de todos los factores internos y externos de la empresa Montajes y Eventos, para esto se utilizarán diferentes herramientas con el objetivo de conocer el estado de la compañía. Por otra parte, Espinosa (2009) afirma que un problema generalizado de los negocios es la falta de integración, considerándose ésta como un elemento de éxito en los negocios, por tanto, será de suma importancia identificar todas las debilidades y fortalezas que tiene la empresa para visualizar el negocio a largo plazo.

### **1.2 Análisis del sector**

El análisis del sector de una empresa es un estudio de mercado donde se analiza la competencia con el fin de conocer dónde va a desempeñar una compañía su actividad, contra quienes compite y en qué condiciones lo va a hacer. Esto sirve para la empresa porque se describen los diferentes factores del sector, como lo son, los factores políticos que se encuentran actualmente en el país que puedan aportar o generar problemas en los negocios, por otro lado, están los factores económicos donde se determinan las condiciones generales de los negocios como lo es la tasa de inflación, los índices de desempleo, los cambios en las tasas de interés y el comportamiento de las tasas de cambio. En los Factores sociales se deberán analizar los comportamientos de la sociedad que puedan afectar a la empresa y cómo influyen directamente o indirectamente en el sector, también se deben tener en cuenta los factores tecnológicos que serán de suma importancia ya que se examina la incidencia de la tecnología para el negocio y tener en

cuenta la innovación y el conocimiento, por último, están los factores legales sobre las leyes y normas, además de describir todo lo que es la seguridad social y las inquietudes de la empresa que afecten de manera positiva o negativa.

### **1.3 Autodiagnóstico Cámara de Comercio**

La cámara de Comercio de Bogotá brinda un autodiagnóstico el cual es una herramienta que permite evaluar diferentes aspectos de la empresa mostrando las fortalezas y debilidades, permitiendo definir una ruta de servicios o plan de trabajo para obtener mejores resultados.

### **1.4 Matriz DOFA**

Esta herramienta es utilizada como método de diagnóstico empresarial que determina las diferentes ventajas competitivas dentro de los mercados nacionales e internacionales, se compone de dos factores. Primero los factores externos como lo son las debilidades y oportunidades, la segunda parte se compone de los factores internos que son fortalezas y amenazas. Esta ayuda posibilita las estrategias que aumenten la participación en el mercado y el mejoramiento de la compañía. (Ponce Talancón, 2006).

### **1.5 Planeación estratégica**

Es necesario ser precisos en la información principal que tiene la empresa para lograr una adecuada asignación de todos los recursos de la organización, así mismo es imprescindible la acertada toma de decisiones para que la empresa cumpla con los objetivos organizacionales. (Armijo, 2009)

#### ***1.5.1 Qué es planeación estratégica***

Según Porter (2006), la planeación estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el que hacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno.

Es un poderoso y amplio conjunto de acciones que la empresa emplea a partir de una posición futura, la cual busca proporcionar mayores ganancias y ventajas para mejorar la situación actual de la organización, por lo tanto, todas las partes deben estar involucradas para la toma de decisiones.

### ***1.5.2 Importancia de la planeación estratégica***

La planificación estratégica es muy importante en cualquier tipo de organización porque si no se tiene la empresa pierde su orientación, no tiene claro cuál es la estrategia y no saben cómo cumplir con los objetivos de la organización. Además de esto los colaboradores no tienen presente cual es el enfoque de la compañía, lo que dificulta el crecimiento de la misma. (Pimentel, 1999)

## **1.6 Misión**

La misión define los valores y las prioridades de la empresa, además describe la razón de ser y su objetivo principal.

## **1.7 Visión**

Se refiere a los objetivos que espera lograr en el futuro la organización y de esta manera plantea como lo va a lograr.

## **1.8 Valores**

Son aquellos aspectos que son de suma importancia dentro de la compañía y se muestran ante sus clientes o proveedores, aquí es donde se establecen los principios éticos y morales que permanecerán a la organización.

## **1.9 Objetivos**

Los objetivos son los que dirigen hacia dónde va la compañía, estos son indispensables para lograr el éxito de la empresa, además ayudan a identificar las prioridades y a realizar la evaluación de los mismos.

## **1.10 Política de la empresa**

Estas son definidas por la alta dirección donde se incluyen las directrices, los principios y la forma de pensar y de actuar, las cuales deben ser aceptadas y cumplidas por todos los miembros de la organización.

## **1.11 Estrategias**

La estrategia es uno de los factores más importantes a tener en cuenta para dar cumplimiento a las metas y objetivos de la organización, además de esto permitirá evaluar si el enfoque de la organización es el adecuado o se debe replantear la estrategia para poder llegar al éxito.

## **1.12 Indicadores**

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas. Además de esto permitirá mejorar muchos aspectos de las empresas con mediciones reales. (Pérez Jaramillo, 2011)

### ***1.12.1 Indicador de rentabilidad***

Se basa en cálculos de facturación y ganancia. Cuando están bien hechas, estas mediciones pueden mostrar problemas en diversos sectores o etapas de atención y venta. Son datos básicos, pero valiosos para cualquier negocio.



### ***11.12.2 Indicador de efectividad***

Miden si los objetivos propuestos para determinado período de tiempo se alcanzaron. Se utilizan después de producirse los resultados.

### ***11.12.3 Indicador satisfacción del cliente***

Una manera de verificar el nivel de satisfacción es hacer encuestas con los consumidores a través de cuestionarios y formularios.

## **1.13 Análisis organizacional recursos humanos**

El análisis organizacional es muy importante porque le permite a la organización identificar los errores desde el área de recursos humanos además de esto se constituyen como un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento, para su adecuada dirección con esto busca la mejora continua.

## **1.14 Manual de funciones**

Esta herramienta de gestión del talento humano permite establecer las funciones y competencias laborales, además dicta las responsabilidades dentro de la organización para que sean cumplidas por todos los colaboradores.

## **1.15 Estudio financiero**

Tiene como objetivo la evaluación del presente proyecto para poderlo llevar a cabo, mostrando las mejores propuestas a partir de los diferentes indicadores financieros, además este análisis podrá demostrar el costo total de los diferentes procesos de la empresa.

### ***1.15.1 Flujo de efectivo***

El flujo de efectivo es la variación de entrada y salida de efectivo en un periodo determinado, así mismo muestra la inquisición de recursos que maneja la empresa y sirve para medir el flujo de liquidez de la compañía.

### ***1.15.2 Indicadores financiero***

Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros y sirven para analizar su liquidez, solvencia, eficiencia operativa, rentabilidad de una entidad, todo esto con el objetivo de tomar las mejores decisiones para la compañía. (Hernández, 2013).

### ***1.15.3 Valor presente neto***

El valor presente neto se usa para evaluar los diferentes proyectos de inversión a corto, mediano y largo plazo. Donde se podrá determinar si la inversión que se va a realizar cumple con los objetivos financieros.

### ***1.15.4 Costo anual uniforme equivalente***

El costo anual equivalente es la evaluación de la empresa donde muestra un proyecto de inversión y analiza sus costos e ingresos.

## **2. DIAGNÓSTICO**

A continuación, se presentará una breve descripción de la empresa Montajes y Eventos, donde se explicará el servicio que ofrece con sus respectivas características y sus clientes potenciales

### **2.1 Descripción del servicio que ofrece la empresa Montajes y Eventos**

La empresa Montajes y Eventos se dedica a brindar soluciones rápidas y de calidad mediante la prestación del servicio de alquiler de carpas, sillas, mesas, salas lounge, calefactores, mesas cocteleras, pista de baile, tarimas y muchos productos más. Con una trayectoria de más de 14 años de experiencia; llegando a ser una de las empresas más reconocidas para eventos en la ciudad de Bogotá, periferia y Colombia, alcanzando una gran participación en el mercado por nuestra infraestructura de calidad, productos y excelente atención al cliente.

### **2.2 Características del servicio**

El servicio de alquiler de carpas y mobiliario es personalizado debido a que cada cliente tiene exigencias y necesidades diferentes, que parten de un presupuesto que el cliente destina para realizar su reunión o festividad. Montajes y Eventos participa en cualquier tipo de festividad como lo es:

Matrimonios, bautizos, quince años, grados, reuniones empresariales, debates, congresos, ferias, conciertos, todo lo relacionado con festividades y reuniones.

### **2.3 Clientes potenciales**

Montajes y Eventos cuenta con grandes clientes potenciales tales como las Casas de banquetes, los salones de eventos, hoteles y restaurantes, universidades, colegios, jardines infantiles, quintas, alcaldías de diferentes municipios y la alcaldía de Bogotá, clubes de Bogotá y periferia, los diferentes tipos de wedding planner, además de esto se cuenta con empresas de eventos grandes en Bogotá que no tienen nuestros productos los cuales le alquilan a la empresa Montajes y Eventos. Gracias al servicio que ofrece la empresa su funcionamiento es durante

todos los días del año de día y de noche, además de esto realiza fiestas temáticas y empresariales, teniendo una gran ventaja competitiva frente a los demás competidores.

## **2.1 Análisis PEST**

El análisis PEST al ser una herramienta de análisis estratégico que ayuda a las empresas a analizar el entorno macroeconómico en el que opera la compañía resulta ser muy importante utilizarlo en la empresa Montajes y Eventos, pues esta desconoce el contexto externo en el que se encuentra. Es por esto que este análisis será necesario para el mejoramiento y la continuidad del negocio. A continuación, se analizarán las diferentes variables a tener en cuenta:

### **2.1.1 Factores políticos**

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es el encargado de legislar todo lo relacionado con el sector de los eventos bajo Ley 1101 de 2006 por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. El decreto 1824 de 2001 en donde se dictan las disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones. Por medio de la Ley 300 de 1996 se promueve la creación de unidades sectoriales del turismo, las cuales forman parte del Sistema Nacional de Normalización Certificación y Metrología. Actualmente es la norma NTSOPC 001 llevada a cabo por el Comité Técnico de Eventos, integrado por representantes de los Organizadores Profesionales de Eventos, Ferias y Convenciones -OPC-, la industria hotelera, centros de convenciones, delegados del Gobierno, la academia, los usuarios y los asesores que garantizan la participación e implementación efectiva de la norma. Hoy por hoy y debido a la contingencia por el COVID-19, con el fin de controlar la progresión de la pandemia en Colombia, el Ministerio de Salud por medio de la resolución 1003 de 2020 prohíbe y limita los eventos de carácter público o privado masivos a 50 personas.

### **2.1.2 Factores económicos**

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el gremio de los eventos al ser tan grande y diverso genera más de 1.800.000 empleos directos e indirectos, necesarios para el

crecimiento económico del país. En Colombia se realizan eventos a gran magnitud en diferentes regiones del territorio de diferentes tipos: sociales, corporativos, culturales, entre otros; lo que representa a la economía del país más de 15 billones de pesos, aproximadamente el 2.7% del PIB lo que aporta al sector turismo.

El mundo se ha visto afectado por la pandemia del Covid-19 lo cual ha generado un impacto negativo en diferentes aspectos económicos; de acuerdo con Fedesarrollo hubo un decrecimiento anual del PIB para el segundo trimestre del -15,8% igualmente el desempleo se incrementó pasando del 9,5% en el cierre del 2019 a 19,8% en junio de 2020. A pesar de que para el tercer trimestre del año hubo reapertura del comercio en el país solo se logró una recuperación gradual en la industria de los eventos, teniendo en cuenta que para marzo del 2020 fue el primer sector en cerrar todas sus puertas al público, dejando sin trabajo a gran cantidad de personas y pérdidas económicas de un 100% al interior de las empresas y sin posibilidades de reapertura económica.

### ***2.1.3 Factor sociocultural***

La pandemia del covid 19 ha dejado grandes consecuencias como la pérdida de empleo de muchos colombianos, aproximadamente 4,15 millones de personas, según el DANE, explicado en la siguiente figura.

**Figura 1**

*Tasa de desempleo nacional*



*Nota.* La figura representa el aumento de desempleo desde el año 2019 al 2020 en Colombia tomado de: La Republica. (31 de agosto de 2020). Desempleo en Colombia subió a 20,2% y 4,15 millones de personas perdieron su trabajo. <https://www.larepublica.co/economia/resultados-de-la-tasa-de-desempleo-de-julio-de-2020-en-colombia-segun-el-dane->

Como se pudo observar en la figura 1, el desempleo genera que las personas disminuyan su presupuesto al realizar una festividad de cualquier índole o simplemente no realicen ningún evento.

Por otra parte, por la contingencia del covid 19 y por el riesgo de contagio fueron cancelados eventos masivos como el Estereo Picninc, Jamming Festival, Festival del Vallenato, Carnaval de Barranquilla, Carnaval de Blancos y Negros, Feria de Cali, etc., generando así grandes pérdidas económicas. En efecto por la pandemia la organización de los eventos ha cambiado a gran magnitud, la mayoría de personas al tener temor por el covid cancelan sus eventos y prefieren realizarlos en casa o realizarlos de manera virtual, lo que ha disminuido considerablemente el alquiler de carpas y mobiliario al interior de la empresa. No obstante, la implementación de estrictos protocolos de bioseguridad, la llegada de vacunas al país y algunas otras medidas dictadas por el Ministerio de Salud, del Trabajo y el Turismo pueden llegar a generar una importante reactivación económica en el sector de los eventos.

#### **2.1.4 Factores tecnológicos**

Según el diario La República las nuevas tendencias de consumo económico reflejan que por la situación actual la mayoría de empresas que utiliza herramientas relacionadas con internet y tecnología se han visto beneficiadas al momento de ofrecer y vender sus productos, pues las empresas se enfocan en ofrecer soluciones de seguridad a sus clientes, de manera que el avance de la tecnología posibilita comprar, cotizar o ver alternativas que puedan ser consumidas por los Colombianos en el comercio electrónico, además de esto la revista portafolio informa que la industria de los eventos vivió un sacudón con respecto a su modelo de negocio debido a que tuvo que transformar y saltar a escenarios virtuales, donde se realizaron ferias, conciertos, y muchos eventos más, esto genera un reto muy grande con respecto a el nuevo entretenimiento para los usuarios, además de tener en cuenta el tema de la ciberseguridad previniendo los ataques cibernéticos. En este sentido es importante aprovechar las oportunidades de este nuevo entorno virtual, pero sin dejar de lado todos los riesgos que se puedan presentar al momento de realizar eventos virtuales.

## **2.2 Análisis del sector**

De acuerdo con ProColombia y la Firma Mexicana STA Consultores la industria de los eventos se está convirtiendo en un aliado clave en el sector turismo, tanto es así que el 22.8% de todos los ingresos que generó esta industria en 2018 proviene de los eventos que se realizan a diario en Colombia. Por parte el mismo estudio reveló que este segmento le generó al país unos ingresos de 2.451 millones de dólares en ese año, que a su vez representó el 0,45% del PIB.

La Congress and Convention Association (Icca) ubicó a Colombia en su escalafón anual en la casilla número 29 entre 165 países que más han realizado eventos de talla internacional, factor muy importante y determinante al interior del país por lo que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo lanzó en mayo de 2018 una estrategia para que en 2027 Colombia sea el segundo país que más atraiga este tipo de eventos en Latinoamérica.

El mismo estudio también agregó que en el 2018 se llevaron a cabo en el país 67.951 eventos que contaron con 5.2 millones de asistentes nacionales e internacionales. Según otro estudio, Contribución económica de la Industria de reuniones en Colombia el costo promedio de hacer un evento en el país se ubica en 124 millones de pesos.

En la ciudad de Bogotá según el DANE existen 1.722 empresas dedicadas a la organización de convenciones y eventos comerciales como lo vemos en la siguiente figura.

**Figura 2**

*Geovisor directorio de empresas 2020 en Bogotá relacionadas con organización de eventos*



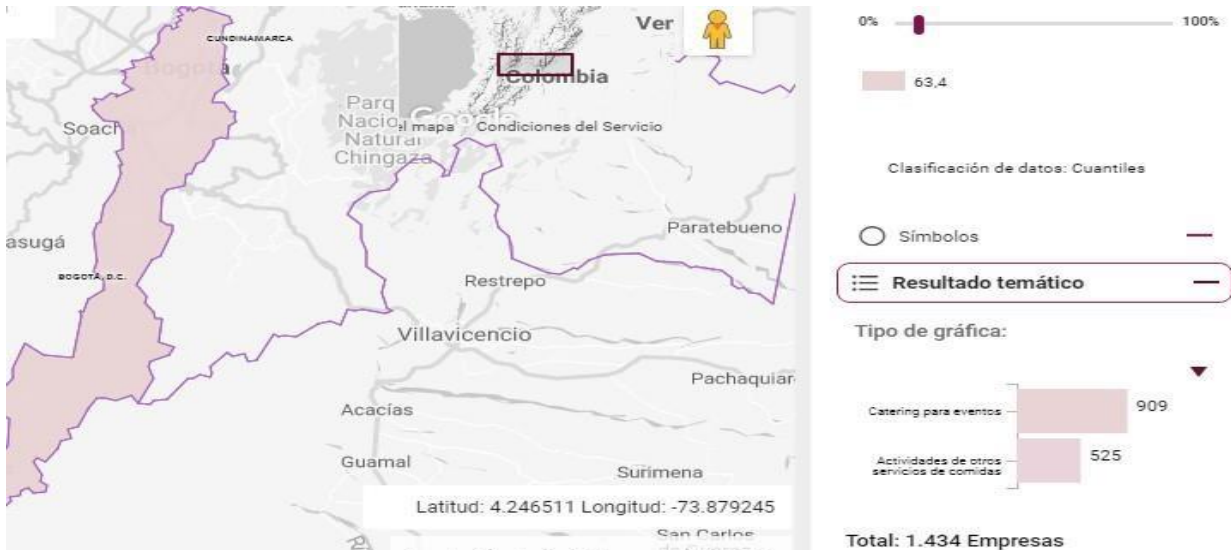
**Nota.** La figura representa el directorio de empresas de 2020, con un resultado de 1.722 empresas existentes para ese año. Tomado de: DANE. (2020). Geovisor directorio de empresas 2020. <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/?lt=4.181390112341817&lg=-74.34930964783457&z=8>.

Por otro lado, encontramos las empresas dedicadas al catering para eventos y otros servicios de comidas con un numero de 1.434 empresas en este sector lo que nos brinda la cantidad de negocios empresas similares a Montajes y Eventos.



**Figura 3**

*Geovisor directorio de empresas 2020 en Bogotá servicio de catering*



*Nota.* La figura 3 muestra el mapa de empresas en Bogotá que están relacionadas con el servicio de catering con un total de 1.434 empresas. DANE. (2020). Geovisor directorio de empresas 2020 en Bogotá servicio de catering. <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/>

La competencia directa de la empresa Montajes y Eventos se enfoca en el alquiler de carpas, mobiliario, tarimas y pisos, los competidores que se asemejan a algunos de nuestros servicios son los siguientes:

Moldo, empresa dedicada al alquiler de carpas, tarimas, sillas y mesas. La diferenciación que tiene esta empresa es que cuenta con carpas importadas que son muy grandes a diferencia de la empresa montajes y eventos que no tiene carpas importadas esto es un punto en contra, pero la baja calidad de las carpas de moldo le dan una ventaja a Montajes y Eventos que cuenta con carpas de la mejor calidad que atraen a los clientes.

Carpas la tienda: Empresa dedicada al alquiler de carpas, mobiliario, sillas y mesas. Esta empresa cuenta con muchos años de trayectoria en el mercado colombiano teniendo así clientes muy potenciales, además de esto cuenta con carpas de diferentes tamaños. El aspecto potencial de esta empresa es que cuenta con más carpas que Montajes y Eventos, sin embargo, no cuentan con piso propio lo cual le da una desventaja potencial frente a Montajes y Eventos que cuenta con todos los productos que son propios de la empresa.

Sentarte Eventos: Empresa dedicada al alquiler de Sillas, Mesas, Mobiliario y decoración e iluminación de techos. Gracias a su gran trayectoria en este mercado cuenta con grandes clientes potenciales a nivel nacional, además de esto se caracteriza por tener innovación y gran variedad de productos. Montajes y Eventos a pesar de que cuenta con gran cantidad de mobiliario tiene poca innovación lo cual le da un punto a favor a Sentarte eventos, no obstante Montajes y Eventos al tener pisos y carpas a la vez tiene un mejor mercado laboral.

Oclock Eventos: Empresa dedicada al alquiler de carpas, pisos, mobiliario, banquetes, servicio catering, decoración de eventos, esta empresa a diferencia de las demás cuenta con un amplio portafolio de servicios que le dan una gran ventaja competitiva debido a que sus ganancias pueden ser mayores por el servicio que ofrecen, Montajes y eventos no ofrece decoración ni catering para eventos lo cual es un punto negativo. Uno de los aspectos positivos para la empresa Montajes y eventos es la calidad de todos sus productos debido a que su mantenimiento es continuo. Otro punto a favor es que cuenta con bodegas propias lo cual Oclock no tiene, además de no tener camiones propios de la empresa.

### **2.3 Autodiagnóstico cámara de comercio**

Para saber las condiciones en las cuales se encuentra la empresa y partir desde el inicio del problema se utilizó la herramienta del autodiagnóstico de la Cámara de Comercio de Colombia con el fin de poder evaluar la madurez del proyecto empresarial y conocer los servicios que se tienen para suplir las necesidades identificadas. Por medio de diferentes preguntas que tiene el cuestionario de la Cámara de Comercio se puede obtener un acompañamiento para fortalecer la empresa.

**Tabla 1***Calificación autodiagnóstico Cámara de Comercio de Bogotá*

ESCALA	ENUNCIADO
1	Acciones que no realiza la empresa
2	Acciones que la empresa ha planeado hacer y están pendientes de realizar.
3	Acciones que realiza la empresa, pero no se hace de manera estructurada (plan).
4	Acciones que realiza de manera estructurada y planeada.
5	Acciones que realiza de manera estructurada, planeada y cuenta con acciones de mejoramiento continuo.

**Nota.** Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá.

**Tabla 2***Diagnóstico de la planeación estratégica Montajes y Eventos*

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La gestión y proyección de la empresa corresponde a un plan estratégico.	1
2	El proceso de toma de decisiones en la empresa involucra a las personas responsables por su ejecución y cumplimiento.	3
3	El plan estratégico de la empresa es el resultado de un trabajo en equipo.	1
4	La empresa cuenta con metas comerciales medibles y verificables en un plazo de tiempo definido, con asignación del responsable de su cumplimiento.	2
5	La empresa cuenta con metas de operación medible y verificable en un plazo de tiempo definido, con asignación del responsable de su cumplimiento.	2
6	La empresa cuenta con metas financieras medibles y verificables en un plazo de tiempo definido, con asignación del responsable de su cumplimiento.	2
7	Al planear se desarrolla un análisis de: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.	3
8	Analiza con frecuencia el entorno en que opera la empresa considerando factores como: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.	1
9	Para formular sus estrategias, compara su empresa con aquellas que ejecutan las mejores prácticas del mercado	1
10	El personal está involucrado activamente en el logro de los objetivos de la empresa y en la implementación de la estrategia.	2
11	El presupuesto de la empresa corresponde a la asignación de recursos formulada en su plan estratégico.	1
12	La empresa cuenta con una visión, misión y valores escritos, divulgados y conocidos por todos los miembros de la organización.	2
13	La empresa ha desarrollado alianzas con otras empresas de su sector o grupo complementario	1
14	La empresa ha contratado servicios de consultoría y capacitación	3
15	Se tienen indicadores de gestión que permiten conocer permanentemente el estado de la empresa y se usan como base para tomar decisiones	1
16	El personal de confianza es multidisciplinario y representan diferentes puntos de vista frente a decisiones de la compañía.	3
17	Se relaciona estratégicamente para aprovechar oportunidades del entorno y consecución de nuevos negocios.	3
TOTAL		1.8

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá.

**Tabla 3***Diagnóstico gestión comercial Montajes y Eventos*

GESTIÓN COMERCIAL		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La gestión de mercadeo y ventas corresponde a un plan de marketing	2
2	La empresa tiene claramente definido el mercado hacia el cual está dirigida (clientes objetivos).	4
3	La empresa tiene definidas estrategias para comercializar sus servicios.	3
4	La empresa conoce en detalle el mercado en que compete.	3
5	La Empresa tiene definida y en funcionamiento una estructura comercial para cumplir con sus objetivos y metas comerciales	2
6	La empresa establece cuotas de venta y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores.	1
7	La empresa dispone de información de sus competidores (precios, calidad, imagen).	1
8	Los precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, de la demanda y de la competencia.	4
9	Los productos y/o servicios nuevos han generado un porcentaje importante de las ventas y utilidades de la empresa durante los últimos dos años.	3
10	La empresa asigna recursos para el mercadeo de sus servicios (promociones, material publicitario, otros).	1
11	La empresa tiene un sistema de investigación y análisis para obtener información sobre sus clientes y sus necesidades con el objetivo de que éstos sean clientes frecuentes.	1
12	La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción y publicidad para medir su efectividad y/o continuidad.	1
13	La empresa dispone de catálogos o material con las especificaciones técnicas de sus productos o servicios.	1
14	La empresa cumple con los requisitos de tiempo de entrega a sus clientes.	4
15	La empresa mide con frecuencia la satisfacción de sus clientes para diseñar estrategias de mantenimiento y fidelización.	1
16	La empresa tiene establecido un sistema de recepción y atención de quejas, reclamos y felicitaciones	1
17	La empresa tiene registrada su marca (marcas) e implementar estrategias para su posicionamiento	2
TOTAL		2.0

**Nota.** Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá.

**Tabla 4***Diagnóstico gestión de operaciones Montajes y Eventos*

GESTIÓN DE OPERACIONES		
No.	Enunciados	Puntaje
1	El proceso de operaciones es suficientemente flexible para permitir cambios necesarios para satisfacer a los clientes.	4
2	La empresa tiene definidos los criterios y variables para hacer la planeación de la producción	N/A
3	La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad instalada o de trabajo por encima de su potencial actual, cuando la demanda lo requiere.	2
4	La empresa cuenta con criterios formales para la planeación de compra de equipos y materiales.	1
5	La empresa tiene amparados los equipos e instalaciones contra siniestros.	N/A
6	El proceso de producción se basa en criterios y variables definidos en un plan de producción.	
7	La empresa cuenta con un procedimiento formal de investigación de nuevas tecnologías o procesos.	1
8	La empresa tiene planes de contingencia para la consecución de materiales, repuestos o personas claves que garanticen el normal cumplimiento de sus compromisos.	5
9	La empresa cuenta con planes de actualización tecnológica para sus operarios y/o profesionales responsables del producto o servicio	N/A
10	La administración de los inventarios garantiza niveles adecuados de uso, abastecimiento y control.	1
11	La empresa cuenta con la capacidad de sus equipos y/o con la capacidad de trabajo del talento humano para responder a los niveles de operación que exige el mercado.	4
12	Los responsables del manejo de los equipos participan en su mantenimiento.	4
13	La administración de los inventarios garantiza niveles adecuados de uso y control.	4
14	La infraestructura, instalaciones y equipos de la empresa son adecuados para atender sus necesidades de funcionamiento y operación actual y futura.	5
15	La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera fundamental para su supervivencia y desarrollo.	4
16	La compra de materiales se basa en el concepto de mantener un nivel óptimo de inventarios según las necesidades.	4
17	La empresa cuenta con un proceso de evaluación y desarrollo de proveedores.	1
TOTAL		2.85

**Nota** Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá

**Tabla 5***Diagnostico gestión administrativa Montajes y Eventos*

GESTIÓN ADMINISTRATIVA		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La empresa tiene definido algún diagrama donde se muestra la forma como está organizada	2
2	La información de los registros de la aplicación de los procedimientos generales de la empresa es analizada y utilizada como base para el mejoramiento.	2
3	La empresa involucra controles para identificar errores o defectos y sus causas, a la vez que toma acciones inmediatas para corregirlos.	2
4	La gerencia tiene un esquema de seguimiento y control del trabajo de la gente que le permite tomar mejores decisiones.	1
5	La empresa tiene definidas las responsabilidades, funciones y líneas de comunicación de los puestos de trabajo o cargos que desempeñan cada uno de los colaboradores.	4
6	La empresa cuenta con una junta directiva o junta de socios que orienta sus destinos, aprueba sus principales decisiones, conoce claramente el patrimonio y aportes de los socios y su respectivo porcentaje de participación.	4
7	La empresa tiene definidos y documentados sus procesos financieros, comerciales y de operaciones.	1
8	Las personas de la empresa entienden y pueden visualizar los diferentes procesos de trabajo en los que se encuentra inmersa su labor.	4
9	Las personas tienen pleno conocimiento de quién es su cliente interno, quién es su proveedor interno y qué reciben y entregan a estos.	4
10	La empresa tiene documentados y por escrito los diversos procedimientos para la administración de las funciones diarias.	1
11	La empresa posee un reglamento interno de trabajo presentado ante el Ministerio del Trabajo, un reglamento de higiene y una política de seguridad industrial.	1
12	La empresa cuenta con un esquema para ejecutar acciones de mejoramiento (correctivas y preventivas, pruebas metrológicas e inspecciones) necesarias para garantizar la calidad del producto o servicio.	1
13	Los productos o servicios de la empresa cumplen con las normas técnicas nacionales o internacionales establecidas para su sector o actividad económica.	N/A
14	La empresa capacita y retroalimenta a sus colaboradores en temas de calidad, servicio al cliente y mejoramiento continuo.	2
15	El Gerente impulsa, promueve y lidera programas de calidad en la empresa.	5
16	La empresa posee un manual de convivencia y un código de ética.	1
17	La empresa se actualiza sobre las leyes o normas en materia laboral, comercial, tributaria	2
TOTAL		2.3

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá

**Tabla 6***Diagnóstico gestión del talento humano Montajes y Eventos*

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La empresa cuenta con definiciones claras (políticas) y se guía por pasos ordenados (procedimientos) para realizar la búsqueda, selección y contratación de sus trabajadores.	1
2	En la búsqueda de candidatos para las vacantes, se tienen en cuenta los colaboradores internos como primera opción.	3
3	Para llenar una vacante, se definen las características (competencias) que la persona debe poseer basado en un estudio del puesto de trabajo que se va a ocupar (descripción de las tareas, las especificaciones humanas y los niveles de desempeño requerido).	1
4	En la selección del personal se aplican pruebas (de conocimientos o capacidad, de valoración de las aptitudes y actitudes y de personalidad) por personas idóneas para realizarlas.	1
5	En la selección del personal se incluye un estudio de seguridad que permita verificar referencias, datos, autenticidad de documentos, antecedentes judiciales, laborales y académicos, y una visita domiciliaría.	1
6	La empresa cuenta con proceso de inducción para los nuevos trabajadores y de reinducción para los antiguos.	1
7	La empresa tiene un programa de entrenamiento en habilidades prácticas y técnicas, formación humana y desarrollo personal para el mejor desempeño de sus colaboradores.	1
8	La empresa mide el impacto del entrenamiento en el desempeño del personal y se tiene una retroalimentación continua que permite seguir desarrollando el talento de las personas.	3
9	Cada puesto de trabajo tiene definida la forma de medir el desempeño de la persona (indicador) lo cual permite su evaluación y elaboración de planes de mejoramiento.	1
10	La empresa está alerta a identificar futuros líderes con alto potencial y colaboradores con desempeño superior.	3
11	Se premia y reconoce el cumplimiento de las metas, especialmente cuando se superan.	3
12	La planta, los procesos, los equipos y las instalaciones en general están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.	3
13	La empresa realiza actividades sociales y recreativas y busca vincular a la familia del trabajador en dichas actividades.	3
14	El responsable de la gestión humana guía y acompaña a los jefes para desarrollar el talento de sus colaboradores, analizando no solo la persona sino los demás aspectos que influyen en el desempeño.	2
15	La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia y compromiso.	4
16	El trabajo en equipo es estimulado en todos los niveles de la empresa.	5
17	La comunicación entre los diferentes niveles de personal de la compañía (directivos, técnicos, administrativos, otros) se promueve y es ágil y oportuna.	5
<b>TOTAL</b>		<b>2.4</b>

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá



**Tabla 7***Diagnóstico gestión financiera Montajes y Eventos*

GESTIÓN FINANCIERA		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La empresa realiza presupuestos anuales de ingresos, egresos y flujo de caja.	2
2	La información financiera de la empresa es confiable, oportuna, útil y se usa para la toma de decisiones.	1
3	La empresa compara mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, analiza las variaciones y toma las acciones correctivas.	2
4	El Empresario recibe los informes de resultados contables y financieros en los diez (10) primeros días del mes siguiente a la operación.	1
5	El Empresario controla los márgenes de operación, la rentabilidad y la ejecución presupuestal de la empresa mensualmente.	1
6	La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar, controlar y rotar eficientemente sus inventarios.	1
7	La empresa cuenta con un sistema claro para establecer sus costos, dependiendo de los productos, servicios y procesos.	1
8	La empresa conoce la productividad que le genera la inversión en activos y el impacto de estos en la generación de utilidades en el negocio.	<b>4</b>
9	La empresa tiene una política definida para el manejo de su cartera, conoce y controla sus niveles de rotación de cartera y califica periódicamente a sus clientes.	2
10	La empresa tiene una política definida para el pago a sus proveedores.	2
11	La empresa maneja con regularidad el flujo de caja para tomar decisiones sobre el uso de los excedentes o faltantes de liquidez.	1
12	La empresa posee un nivel de endeudamiento controlado y ha estudiado sus razones y las posibles fuentes de financiación.	1
13	La empresa cumple con los compromisos adquiridos con sus acreedores de manera oportuna.	3
14	Cuando la empresa tiene excedentes de liquidez conoce como manejarlos para mejorar su rendimiento financiero.	4
15	La empresa tiene una política establecida para realizar reservas de patrimonio y reinversiones.	1
16	La empresa evalúa el crecimiento del negocio frente a las inversiones realizadas y conoce el retronó sobre su inversión.	4
17	La empresa tiene amparados los equipos e instalaciones contra siniestros.	1
<b>TOTAL</b>		<b>1.8</b>

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá

**Tabla 8***Diagnóstico gestión de calidad Montajes y Eventos*

GESTIÓN DE LA CALIDAD		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La empresa cuenta con una política de calidad definida	1
2	La empresa desarrolla un análisis periódico para identificar los procesos críticos (aquellos que afectan directamente la calidad del producto o servicio).	1
3	Los métodos de trabajo relacionados con los procesos críticos de la empresa están documentados.	1
4	Los documentos relacionados con los métodos de trabajo son de conocimiento y aplicación por parte de los involucrados en los mismos.	1
5	La información de los registros de la aplicación de los procedimientos generales de la empresa es analizada y utilizada como base para el mejoramiento.	1
6	La empresa involucra controles para identificar errores o defectos y sus causas, a la vez que toma acciones inmediatas para corregirlos.	2
7	La empresa hace pruebas metrológicas e inspecciones a sus equipos (en caso de que se requiera).	4
8	La empresa cuenta con un esquema de acción para ejecutar las acciones correctivas y preventivas necesarias para garantizar la calidad del producto o servicio.	3
9	Los productos o servicios de la empresa cumplen con las normas técnicas nacionales o internacionales establecidas para su sector o actividad económica.	1
10	La empresa cuenta con parámetros definidos para la planeación de compra de equipos, materia prima, insumos y demás mercancías.	4
11	La empresa se esfuerza por el mejoramiento y fortalecimiento de sus proveedores.	4
12	La empresa capacita a sus colaboradores en temas de calidad y mejoramiento continuo	1
13	El personal que tiene contacto con el cliente recibe capacitación y retroalimentación continua sobre servicio al cliente.	4
14	El Gerente impulsa, promueve y lidera programas de calidad en la empresa.	5
15	El Gerente identifica las necesidades del cliente y las compara con el servicio ofrecido, como base para hacer mejoramiento e innovaciones.	5
16	Se mide en la empresa el índice de satisfacción del cliente como base para planes de mejora de la organización	1
17	La empresa aprovecha sus logros en gestión de calidad para promover su imagen institucional, la calidad de sus productos y servicios y su posicionamiento en el mercado	2
TOTAL		2.4

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá

**Tabla 9***Diagnóstico gestión logística Montajes y Eventos*

GESTIÓN LOGÍSTICA		
No.	Enunciados	Puntaje
1	La gerencia revisa periódicamente aspectos relativos a la importancia de la logística para el desarrollo competitivo de la empresa	1
2	La empresa se preocupa por mantener información actualizada sobre las características de la cadena de abastecimiento en la que se encuentra el negocio	3
3	La concepción de logística que tiene la empresa comprende los flujos de materiales, dinero e información	1
4	El gerente y en general el personal de la empresa han establecido los parámetros logísticos que rigen el negocio en el que se encuentra la empresa	1
5	En la empresa se establecen responsabilidades y actividades para la captura y procesamiento de los pedidos y la gestión de inventarios.	4
6	La empresa cuenta con un responsable para la gestión de compras, transporte y distribución, o por lo menos establece responsabilidades al respecto con su personal.	4
7	La empresa tiene definido o está en proceso la construcción de un sistema de control para el seguimiento adecuado del sistema logístico	3
8	Los trabajos relacionados con la logística cuentan con indicadores de desempeño que permitan optimizar los costos	N/A
9	La empresa cuenta con una infraestructura idónea para optimizar los costos de logística	1
10	La empresa analiza y dispone de la tecnología adecuada para darle soporte al sistema logístico	1
11	La empresa cuenta con un sistema o proceso para la codificación de sus productos	2
12	El grupo humano de la empresa está sintonizado con la operatividad de la logística	1
13	La empresa cuenta con un programa claro y probado de manejo de inventarios	1
14	La empresa cuenta con información contable oportuna y confiable que alimente el sistema logístico	3
15	La empresa revisa periódicamente sus procesos para establecer oportunidades de tercerización de los mismos	N/A
16	En la empresa se actualiza permanentemente en aspectos que regulan los procesos logísticos de la empresa	1
17	La empresa planea actividades para garantizar la seguridad del proceso Logístico	2
TOTAL		1.9

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá

**Tabla 10***Diagnostico gestión empresa familiar Montajes y Eventos*

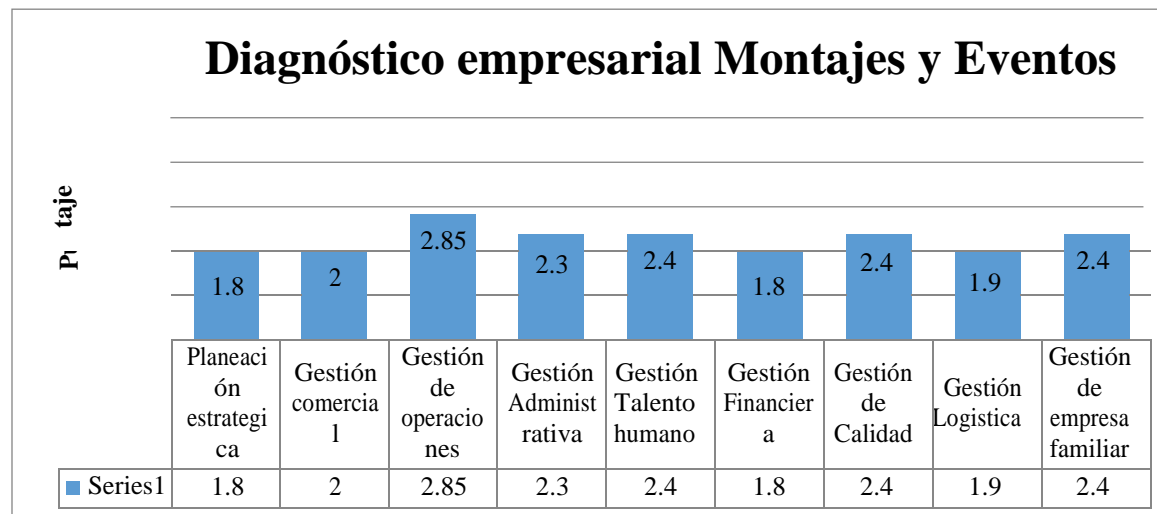
GESTIÓN EMPRESA FAMILIAR		
No.	Enunciados	Puntaje
1	Los miembros de la familia están capacitados para los cargos que desempeñan	4
2	El ser miembro de la familia es una ventaja para ingresar a la empresa	4
3	La empresa cuenta con una Junta Directiva que los ayude a pensar en la estrategia de la empresa	2
4	La empresa cuenta con un Protocolo Familiar	1
5	Los recursos de la empresa son utilizados para uso personal de los que trabajan en ella	4
6	Las cuentas bancarias de su empresa están divididas de las de su familia	1
7	La empresa cuenta con procedimientos para evaluar y recompensar el desempeño de sus miembros	1
8	Dentro de la empresa, los conflictos familiares son un impedimento para desarrollar la estrategia empresarial	4
9	Como fundador ha pensado en un proceso de sucesión	N/A
10	Los miembros de la familia consideran que la empresa va a ser transferida a las siguientes generaciones y por lo tanto se cuenta con un programa de formación para posibles sucesores	3
11	La dinámica de la empresa se basa en los valores de la familia	5
12	Existen diferencias entre la visión de la familia y la visión de la empresa	3
13	La empresa tiene establecidos procedimientos y reglas claras para la incorporación y retiro de los miembros de la familia	2
14	Se tiene planeado un proceso de sucesión dentro de la empresa	N/A
15	Se ha establecido un reglamento para establecer el valor y la venta de acciones	2
16	Se tienen establecidos sistemas de valoración o evaluación para los miembros que trabajan en la empresa con aplicación similar a los miembros familiares	1
17	La empresa cuenta con un Consejo de Familia	N/A
<b>TOTAL</b>		<b>2,4</b>

**Nota.** Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá.

**Tabla 11***Resumen diagnóstico empresarial Montajes y Eventos*

No.	Área	Puntaje
1	Planeación Estratégica	1.8
2	Gestión Comercial	2.0
3	Gestión de Operaciones	2.85
4	Gestión Administrativa	2,3
5	Gestión del Talento Humano	2.4
6	Gestión Financiera	1,8
7	Gestión de la Calidad	2,4
8	Gestión Logística	1,9
9	Gestión Empresa de Familia	2,4
<b>Puntaje Promedio</b>		<b>2.20</b>

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá

**Figura 4***Diagnóstico empresarial Montajes y Eventos.*

*Nota.* Datos de Autodiagnóstico empresarial. 2020. Cámara de Comercio de Bogotá.

El promedio de la empresa Montajes y Eventos tiene un total de 2.2 según el autodiagnóstico de la cámara de comercio; la empresa estaría ubicada en acciones que la empresa ha planeado hacer y están pendientes de realizar. Por lo tanto, es necesario establecer las estrategias adecuadas para buscar el mejoramiento continuo de la empresa.


### **3. Matriz DOFA**

El análisis DOFA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados, lo cual ayudo enormemente a orientar a la empresa Montajes y Eventos para analizar cuáles son las estrategias internas y externas que debe realizar la empresa con el objetivo de darle continuidad y mejoramiento continuo a la empresa.

<b>OPORTUNIDADES D</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
1. Crecimiento de los eventos virtuales en Latinoamérica y Colombia.	1. Atraer a más cliente potenciales para aprovechar el aumento de eventos virtuales que se realizan en Latinoamérica y Colombia.	1. Implementar publicidad para darse a conocer a más empresas en Colombia y Latinoamérica.
2 Montajes y eventos tiene gran cantidad de carpas y mobiliario para eventos a diferencia de sus competidores.	2. Implementar un análisis de proyección anual que tenga contemplado la gran variedad de productos que tiene la empresa y se pueda analizar con respecto a sus competidores.	2. Las proyecciones deben contemplar a los nuevos proveedores, competidores, nuevos clientes, nuevos productos y nuevas tecnologías.
3. Mercado tecnológico cambiante con gran alza en el sector de los eventos.	3. Para darle continuidad al negocio la implementación de una App puede conectar de manera más fácil y segura a los clientes con la empresa.	3. La implementación de la App mejorara los canales de comunicación asertiva entre clientes, trabajadores y clientes de la empresa.
4. Colombia es uno de los países que realiza más eventos en Latinoamérica.	4. La empresa está en constante crecimiento donde se puede empezar a crear una nueva sede en una ciudad con gran demanda a nivel nacional.	4. Abrir una cede de la empresa en la ciudad de Cartagena será innovador, debido a que los eventos internacionales se realizan en esa ciudad.

Tabla 12.  
Matriz DOFA

**Montajes y Eventos**



1. Montajes y eventos cuenta con grandes activos fijos que le dan una gran ventaja competitiva con respecto a otras empresas, debido a que la empresa no tiene que pagar arriendos de bodegas y los camiones son propios.

2. La gran variedad de productos que ofrece la empresa para alquiler le da una buena fortaleza ya que todos los productos que se alquilan son 100% propios.

3. La gerencia de la empresa quiere hacer cambios para darle continuidad al negocio a largo plazo.

4. Gracias a la gran cantidad de productos que tiene la empresa, la mayoría de las veces se alquilan más de 2 productos diferentes, esto quiere decir que un producto atrae al otro.

5. Por su trayectoria, Montajes y Eventos tiene una ventaja competitiva gracias a su buena prestación del servicio de alquiler, calidad, diferencia y precio.

1. Montajes y Eventos no invierte en publicidad lo cual disminuye su crecimiento.

2. No se analiza con frecuencia el entorno en el que opera la empresa considerando factores como: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos, nuevas tecnologías.

3. Problemas de comunicación entre la gerencia y los empleados han creado varios tipos de problemas desde la logística hasta la operación de todo el negocio.

4. Falta de innovación por parte de la empresa Montajes y eventos.

5. No hay creación de nuevos servicios como lo es la comida, decoración y sonido, lo que ha permitido que el cliente escoja otra empresa al ofrecer un servicio completo.

5. El gobierno implemento protocolos de bioseguridad para las empresas de eventos, dejando realizar reuniones con un aforo máximo de 50 personas.	5. Montajes y Eventos cuenta con estrictos protocolos de bioseguridad, dándole la confianza a los clientes para que contraten los servicios frente a la pandemia.	5. Crear nuevos servicios que cumplan con los protocolos de bioseguridad para atraer a más clientes.
<b>AMENAZAS A</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
1. Otras empresas del sector cuentan con carpas importadas de grandes medidas, lo cual es un mercado que está perdiendo la empresa Montajes y Eventos.	1. Si el funcionamiento de la empresa es positivo y el grupo de trabajo está dando buenos resultados, será necesario realizar una inversión de carpas certificadas para tener un producto nuevo y llamativo para los clientes.	1. Actualmente el negocio de los eventos esta con una operación de aproximadamente 20% en comparación a los años anteriores debido a la pandemia, por lo tanto, es necesario invertir en publicidad y luego en carpas importadas.
2. La Pandemia actual que puso el negocio de alquiler de eventos en el peor de los escenarios por lo que muchas empresas tuvieron que cerrar definitivamente.	2. La empresa cuenta con diferentes proveedores por lo tanto es de suma importancia crear alianzas estratégicas para continuar con el mejoramiento de la economía de cada una de las empresas.	2. Implementar seguimiento a los nuevos competidores que lleguen al servicio de alquiler para eventos, durante y posterior a la pandemia.
3. La economía colombiana ha caído notoriamente y el desempleo ha aumentado por lo que las personas han dejado de contratar nuestros servicios por falta de presupuesto.	3. Realizar modificaciones de precios a algunos productos, con esto se busca mejorar la economía de la empresa aumentando sus ventas.	3. La implementación de promociones y bajas en el precio a algunos productos puede atraer a nuevos clientes para que conozcan la empresa y la contraten.
4. Algunas empresas de la competencia ofrecen más servicios como el de comidas y decoración, lo cual Montajes y Eventos no lo tiene, esto otorga pérdida de clientes.	4. Generar cambios para realizar inversiones con el objetivo de destacar a la empresa frente a la competencia.	4. La empresa puede implementar otro tipo de servicio para innovar en el mercado y atraer más clientes.
5. Debido a la pandemia algunos clientes potenciales se han perdido como, por ejemplo, las universidades, colegios y hoteles.	5. Frente a la situación en Colombia, la empresa debe tomar medidas de atención al cliente, llamando la atención de los mismos para que cuenten con la empresa en sus eventos.	5 Establecer un plan de contingencia frente a las futuras pandemias, por medio de nuevos modelos de negocios que permitan generar ingresos para la empresa.

*Nota.* matriz DOFA con sus respectivas estrategias.



## **4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

La planificación estratégica es importante ya que orienta a las empresas en la toma de decisiones y en la distribución de sus recursos en el período que viene a continuación. La planificación estratégica es fundamental para desarrollar una visión de mediano y largo plazo y, así, conquistar los objetivos del negocio. Actualmente según lo identificado en el diagnóstico, no se tiene establecido una planeación estratégica de la empresa, lo cual dificulta la obtención de resultados esperados, al no tener un rumbo claro de que es lo que queremos alcanzar en futuro. A continuación, se presentarán los elementos de planeación estratégica propuestos:

### **3.1 Misión**

Montajes y Eventos se dedica a brindar soluciones rápidas y de calidad mediante la prestación del servicio de alquiler de carpas, sillas, mesas, salas, calefactores y muchos productos más. Contamos con una trayectoria de más de 12 años de experiencia llegando a ser una de las empresas más reconocidas en eventos y alcanzando una gran participación en el mercado por nuestra infraestructura de calidad, productos y excelente atención al cliente.

### **3.2 Visión**

Montajes y Eventos tiene como visión ser reconocida en el 2025 como una de las mejores empresas prestadoras de servicios de alquiler de carpas y mobiliario para eventos en Bogotá, contando con altos estándares de calidad, ampliando su mercado a nivel nacional y logrando la satisfacción de todos sus clientes.

### **3.3 Valores**

#### ***3.3.1 Excelencia***

La empresa Montajes y Eventos se esfuerza permanentemente por satisfacer las expectativas de los clientes, buscando siempre ser los mejores del mercado en la prestación de cada servicio.

### **3.3.2 *Compromiso***

Montajes y Eventos se caracteriza por su entrega, dedicación, solidaridad, sentido de pertenencia para dar cumplimiento a los objetivos institucionales.

### **3.3.3 *Respeto***

La empresa valora la vida de cada persona como así mismos, la integridad de cada uno, sus creencias y respeta por sobre todas las cosas los valores de la justicia y la verdad.

### **3.3.4 *Transparencia***

Montajes y Eventos realiza cada gestión de forma objetiva, clara y verificable.

### **3.3.5 *Equidad***

En Montajes y eventos se procede con justicia, igualdad y equidad buscando la inclusión social a todo nivel.

### **3.3.6 *Integridad***

La empresa Montajes y Eventos actúa con firmeza, honestidad, coherencia y lealtad. Respetando siempre la integridad de cada ser vivo.

## **3.4 *Objetivos***

Los objetivos estratégicos que se plantean en la empresa Montajes y Eventos están fundamentados y encaminados a la continuación del negocio y el mejoramiento continuo.

- Ofrecer un servicio de calidad con el fin de cumplir con las necesidades de todos nuestros clientes y proveedores la cual será medida mediante una encuesta de satisfacción.
- Incremento del número de clientes actuales de la organización con respecto a los años anteriores.

- Incrementar el 24% de los ingresos anuales.

### **3.5 Política de la empresa**

Como empresa prestadora de servicios de alquiler de carpas y mobiliario para eventos Colombia, nuestro compromiso con la calidad y el medio ambiente se orienta, fundamentalmente, al mejoramiento continuo de nuestros procesos con el fin de atender con eficiencia, eficacia y efectividad, las necesidades de nuestros clientes, para su plena satisfacción.

Buscamos innovar constantemente con nuestras propuestas, basados en la capacitación permanente y en el análisis continuo de las últimas tendencias en eventos. Para Montajes y Eventos son importantes nuestros colaboradores, sabemos que si la empresa funciona bien internamente se verá reflejado el éxito con nuestros clientes.

### **3.6 Estrategias**

#### ***3.6.1 Estrategias de calidad***

- Brindar una experiencia exitosa a la hora de prestar nuestros servicios de alquiler de mobiliario, ofreciendo nuevas opciones al momento de desarrollar un evento social, y manejando altos estándares de calidad en los productos que se ofrece, los cuales serán medidos mediante encuestas de satisfacción.
- Aumentar el número de capacitaciones anuales que se van a realizar a los colaboradores de la empresa Montajes y Eventos.

#### ***3.6.2 Estrategia de crecimiento***

- Impulsar el crecimiento de la empresa Montajes y Eventos por medio de publicidad Online.
- Participar en ferias comerciales o showrooms que den a conocer la empresa a nuevos clientes.
- Incrementar el número de clientes anualmente.

### **3.6.3 Estrategia de crecimiento de ingresos**

Gracias a las anteriores estrategias se aumentarán el número de clientes, pero es de suma importancia el incremento en los ingresos en la empresa, el cual debe ser del 24% anual.

## **3.7 Indicadores**

Los indicadores serán una parte fundamental en el desarrollo de la planeación estratégica de Montajes y Eventos debido a que la empresa no tiene implementado ninguno de los siguientes indicadores, esto se hace con la finalidad de medir cada proceso y de esta manera garantizar el cumplimiento de cada objetivo en la empresa.

### **3.7.1 Indicadores de satisfacción de los clientes**

Para este indicador se utilizó la app Google formularios para realizar una encuesta de satisfacción de clientes de la empresa Montajes y Eventos, la cual tiene como objetivo recopilar las respuestas de cada una de las preguntas de manera inmediata arrojando los resultados que muestren que tan satisfecho está el cliente con el servicio prestado. La idea es que el cliente llene la encuesta al finalizar el servicio desde cualquier dispositivo electrónico con acceso a internet mediante el siguiente link.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSec1hz\\_HGjThvvj-fhpi-R21YQLQBP6y7sVCOdBYkSQ0oPadA/viewform?usp=sf\\_](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSec1hz_HGjThvvj-fhpi-R21YQLQBP6y7sVCOdBYkSQ0oPadA/viewform?usp=sf_)

De igual manera se presentará en el anexo número 1 de este trabajo.

Al momento de enviar la encuesta por parte del cliente, Google Formularios enviará las respuestas al correo de Montajes y Eventos mostrando los resultados mediante gráficos y tablas; lo que a la empresa le permitirá realizar un análisis y así promover el mejoramiento continuo en la prestación de sus servicios.

### **3.7.2 Indicadores de aumento de capacitaciones anual**

Para mejorar la calidad de la empresa Montajes y Eventos es necesario capacitar a todo el personal en los temas más importantes, enfocados al mejoramiento de la empresa, la calidad

de los productos y la seguridad y salud en el trabajo. Este indicador se debe realizar anualmente para hacer la comparación con los próximos años.

$$\text{Aumento de capacitaciones anuales} = \frac{\text{Numero de capacitaciones realizadas}}{\text{Numero de capacitaciones planeadas}} \times 100$$

### 3.7.3 Indicadores de publicidad Online

La publicidad Online se ha convertido en una de las herramientas más efectivas entre costo y beneficio para darse a conocer a clientes individuales y potenciales. Es por esto que, para el cumplimiento de los objetivos de la planeación estratégica de Montajes y Eventos, es necesario tener en cuenta indicadores de publicidad que muestren mediante datos medibles que el mensaje que se transmite a través de esta es claro y cautiva al cliente de tal manera que se vea representado en las ventas. A continuación, se podrán apreciar los indicadores medibles:

- Indicador de alcance: mediante las redes sociales de Instagram y Facebook, se podrá identificar el número de personas a las que se le mostró el anuncio, sea que le hayan dado click o no a la publicación; lo que permitirá analizar qué tipo de publicación es la que más llama la atención del público.
- Indicador Click Through Rate: este indicador se halla de la siguiente manera

$$\text{Click through rate} = \frac{\text{Personas que le dieron Click a la publicación}}{\text{Alcance de la publicación}}$$

El total del resultado, entre más alto sea indica lo atractivo que puede llegar a ser el producto y la relevancia para la audiencia objetivo del mensaje.

- Indicador de seguidores en redes sociales: se calcula sumando la cantidad de seguidores que han llegado a la semana.

$$\text{Indicador de aumento de seguidores} = \text{Seguidores que se tenían la semana anterior} + \text{Seguidores nuevos la semana actual}$$

- Indicador de ventas por redes sociales: este indicador muestra cuantas personas cotizan por las redes sociales, dividido sobre el total de eventos realizados por la empresa.

$$\text{Ventas por redes sociales} = \frac{\text{Eventos cotizados por las redes sociales}}{\text{Total de eventos cotizados por la empresa}} \times 100$$

#### 3.7.4 *Indicadores de Participación en ferias comerciales o showroom*

La empresa Montajes y Eventos está en constante crecimiento por lo tanto es necesario empezar a participar en ferias comerciales y showroom que muestre la cantidad y calidad de productos que tiene la empresa, dándose a conocer a empresas de todos los sectores y a personas naturales que con el tiempo se puedan convertir en clientes potenciales.

$$\text{Participación en ferias o showroom} = \frac{\text{Numero de participación en ferias o showroom realizadas}}{\text{Numero de participación en ferias o showroom planeadas}} \times 100$$

#### 3.7.5 *Incrementar el número de clientes anualmente.*

Actualmente la empresa no cuenta con un indicador específico que muestre el número de clientes, por lo tanto, es necesario implementar este indicador para observar, analizar y contabilizar, cuantos clientes se tienen y cuantos clientes nuevos llegan anualmente a la empresa. Por eso se implementó este indicador.

$$\text{Incremento anual de clientes} = \frac{\text{Numero de clientes nuevos}}{\text{Numero de clientes que ya tiene la empresa}} \times 100$$

#### 3.7.6 *Estrategia de crecimiento de ingresos*

Con respecto a las estrategias planteadas anteriormente las cuales están enfocadas a la satisfacción del cliente, calidad de la empresa, productos, publicidad online y participación en diferentes ferias empresariales. Todo esto busca conectar a nuevos clientes, pero el tema más

importante para todas las organizaciones es el crecimiento de ingresos monetarios el cual se va a implementar de la siguiente manera para cumplir con el objetivo del 24% anual.

$$\text{Incremento anual de ingresos} = \frac{\text{Ingresos del año actual}}{\text{Ingresos del año anterior}} \times 100$$

### 3.8 Análisis organizacional de recursos de humanos

Teniendo en cuenta que Montajes y Eventos no cuenta con un departamento de Recursos Humanos, se sugiere implementar una estrategia que se encargue de la administración, reclutamiento y dirección de sus empleados.

Primero, es necesario definir el personal que requiere la empresa Montajes y Eventos para su funcionamiento, contratar a las personas más adecuadas para la empresa y lograr la permanencia de los mejores trabajadores de la organización. Segundo, conseguir que los trabajadores contribuyan a los objetivos de la empresa, remunerar a las personas por sus aportaciones y por último lograr una mayor autorrealización del personal en la empresa.

Para realizar un adecuado y eficiente análisis organizacional de recursos humanos se tendrá en cuenta el siguiente mapa conceptual el cual plasmará los diferentes cargos que se desarrollan dentro de la organización:

**Figura 5**

*Mapa organizacional de recursos humanos*



**Nota.** Datos de la empresa Montajes y Eventos

### 3.9 Manual de funciones

Actualmente la empresa Montajes y Eventos no cuenta con manuales de funciones para sus colaboradores, por lo tanto, el autor de este trabajo diseño unos manuales de funciones que le podrían servir a la organización. Ver anexo 2.

**Tabla 13**

*Manual de funciones gerente general*

	<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	Código	MYE-01
		Fecha de Emisión	25/01/2021
		Elaborado por: Daniel Puentes	
<b>I.- INFORMACIÓN BÁSICA</b>			
<b>1. NOMBRE DEL PUESTO</b>		GERENTE GENERAL	
<b>2. ÁREA O DEPARTAMENTO</b>		GERENCIA	
<b>3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>			
<b>4. SUPERVISA A</b>		TODO EL PERSONAL DE LA EMPRESA	
<b>II.- OBJETIVO DEL PUESTO</b>			
<p>El gerente de la empresa es la persona más importante dentro de la misma por lo tanto deberá planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa Montajes t Eventos, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.</p>			
<b>IV.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planear, organizar, gestionar, ejecutar y supervisar las actividades técnicas, administrativas, operativas, económicas y financieras de la empresa Montajes y Eventos.</li> <li>- Mantener el correcto funcionamiento de la empresa en general.</li> <li>- Representar jurídica y legalmente a la empresa ante terceros.</li> <li>- Dirigir y controlar las funciones administrativas de la empresa.</li> <li>- Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal</li> </ul>			



analizando la eficiencia del desempeño del trabajo.

- Autorizar las compras y las ventas.
  
- Atender y promover nuevos clientes y rutas de ventas.
  
- Realizar Visitas a los clientes potenciales para darles a conocer más de la empresa.
  
- Analizar los informes de las áreas y establecer mejoras dentro de todas las áreas de la empresa.
  
- Coordinar la programación de actividades con el auxiliar administrativo y el jefe de bodega.
  
- Pagar los impuestos, cuotas, todo gasto que tenga que hacer la empresa.
  
- Seleccionar al personal idóneo de acuerdo al requerimiento de temporada y pagar lo que el personal trabaje durante la temporada.
  
- Seleccionar los proveedores que ayudaran al funcionamiento de la empresa Montajes y Eventos.
  
- Resolver los conflictos de competencia que pudieran surgir entre los distintos órganos de Montajes y Eventos.
  
- Realizar reuniones con todo el personal para verificar y mostrar cómo va la empresa trimestralmente.

#### V.- REQUISITOS PARA EL PUESTO

<b>1. NIVEL EDUCATIVO</b>	Profesional en Administración de empresas o especialista de gerencia de empresas.
<b>2. EXPERIENCIA LABORAL</b>	Cinco años en funciones similares.
<b>3. HABILIDAD LABORAL</b>	Conocimiento de Gestión Empresarial.
<b>4. FORMACIÓN</b>	Título profesional universitario en Administración de empresas, ingeniería, o carreras afines; y/o pos grado

*Nota.* Datos de la empresa Montajes y Eventos.

## 5. CUADRO GENERAL DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Por medio del análisis realizado anteriormente, tanto de los factores internos y externos, es necesario precisar los objetivos estratégicos de la empresa, las metas, estrategias, indicadores, el responsable del cumplimiento de los objetivos y su respectivo presupuesto; para esto se plantea un cuadro donde se plasma cada uno de estos ítems. Ver anexo 3.

### 5.1 Estructura del cuadro

**Tabla 14**

*Estructura del cuadro de la planeación estratégica*

<b>Objetivos estratégicos</b>	<b>Metas en %</b>	<b>Estrategias propuestas</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Área Responsable</b>	<b>Presupuesto anual</b>
<b>1. Ofrecer un servicio de calidad para cumplir con las necesidades de los clientes por medio de una encuesta de satisfacción</b>		Aplicar encuestas de satisfacción a los clientes de Montajes y Eventos.	- Número de encuestas realizada <hr/> numero de encuestas enviadas.	-Área comercial -Todos los colaboradores de la empresa.	
		Aumentar el número de capacitaciones anuales que se van a realizar a los colaboradores de la empresa Montajes y Eventos.	-Número de capacitaciones realizada <hr/> Capacitaciones planeadas.	-Área comercial y salud en el trabajo -Todos los colaboradores de la empresa.	\$3.000.000 Millones de pesos colombianos
<b>2. Incremento del número de clientes actuales de la organización con respecto a los años anteriores.</b>	Aumento de clientes en un 16% anual	-Impulsar el crecimiento de la empresa Montajes y Eventos por medio de publicad Online.	(Seguidores que se tenían la semana anterior + Seguidores nuevos)  Eventos cotizados por las redes sociales. <hr/> Total de eventos	-Gerencia de la empresa. -Marketing digital -Área comercial.	\$816.000 Ochocientos dieciséis mil pesos colombianos

			<p>cotizados en la empresa.</p> <p>Personas que le dieron click a la publicación.</p> <p><u>Alcance de la publicación.</u></p>		
		-Participar en ferias comerciales y Showroom que den a conocer la empresa a nuevos Clientes Potenciales.	- No. De participación en ferias o Showroom realizadas	-Gerencia de la empresa. -Marketing digital -Área comercial.	-\$26.985.000 Veintiséis millones novecientos ochenta y cinco mil Pesos colombianos
<b>3. Incremento de los ingresos del 16 % anual.</b>	Aumento de los ingresos en 16% anual	Incremento de ventas para generar más ingresos a la empresa.	<u>Ingresos del año Actual.</u> Ingresos del año anterior.	- Gerencia de la empresa. -Área comercial.	
		-Incrementar el número de clientes anualmente.	<u>Número de clientes nuevos</u> Número de clientes que ya tiene la empresa	-Área comercial.	
			Total de presupuesto anual para el cumplimiento de objetivos		\$30.801.144 Treinta millones ochocientos un mil ciento cuarenta y cuatro Pesos Colombianos

*Nota.* Cuadro de la planeación estratégica de la empresa montajes y Eventos.

#### **4.1 Análisis del cuadro**

Por medio del análisis realizado a lo largo del trabajo y con herramientas como el análisis PEST, la matriz DOFA, el diagnóstico de la cámara de comercio y analizando los factores internos y externos de la empresa se pudieron identificar diferentes falencias que presenta la empresa; es por esto que al realizar el cuadro de la planeación estratégica se establecieron los objetivos, las estrategias, los indicadores y el responsable del cumplimiento de cada objetivo con el fin de tener mayor organización y claridad a la hora de aplicarlo a la empresa.

## **5. ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO**

Para realizar el diseño de la planeación estratégica de la empresa Montajes y eventos, luego de identificar los diferentes objetivos, estrategias e indicadores, fue necesario identificar el flujo de efectivo actual que tiene la empresa, luego realizar el flujo de efectivo propuesto y realizar la respectiva comparación para verificar la necesidad de implementar la planeación estratégica

### **5.1 Flujo de efectivo actual Sin proyecto**

El flujo de efectivo actual de la empresa Montajes y Eventos, presenta la siguiente información: se utilizará la tasa TIO que se utiliza para determinar el Valor Presente Neto sin proyecto de Inversión, para el análisis financiero se toma la tasa promedio de rentabilidad de Finca Raiz aproximada del 6%, teniendo en cuenta que este tipo de rentabilidad es una forma de generar ganancias a largo plazo, con seguridad financiera ya que el valor de la propiedad genera valor con el pasar del tiempo.

### **5.2 Proyección del flujo de caja**

Para el cálculo del incremento de los ingresos anuales y de los costos y gastos se toma el promedio del Índice de precios al consumidor promedio de los últimos 5 años. Este valor se sitúa en un 4%.

**Tabla 15***Flujo de efectivo actual.*

	<b>FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL</b>		<b>Proyección a 5 años</b>			
	0	1	2	3	4	5
<b>DETALLE / AÑO</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>INGRESOS</b>						
INGRESOS POR SERVICIOS		99.551.920	103.533.997	107.675.357	111.982.371	116.461.666
<b>COSTOS POR SERVICIOS</b>		38.261.975	39.792.454	41.384.152	43.039.519	44.761.099
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		<b>7.011.199</b>	<b>7.291.647</b>	<b>7.583.312</b>	<b>7.886.645</b>	<b>8.202.111</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		-	-	-	-	-
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		398.208	414.136	430.701	447.929	465.847
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		53.880.538	56.035.760	58.277.190	60.608.278	63.032.609
IMPUESTOS		<b>16.164.162</b>	<b>16.810.728</b>	<b>17.483.157</b>	<b>18.182.483</b>	<b>18.909.783</b>
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	-	<b>37.716.377</b>	<b>39.225.032</b>	<b>40.794.033</b>	<b>42.425.795</b>	<b>44.122.826</b>
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	-
<b>FLUJO NETO CON PROYECTO</b>	-	<b>37.716.377</b>	<b>39.225.032</b>	<b>40.794.033</b>	<b>42.425.795</b>	<b>44.122.826</b>

**Nota:** flujo de efectivo propuesto, realizada por el autor.

### **5.3 Flujo de efectivo propuesto con proyecto**

Para el cálculo del flujo de efectivo con proyecto, la empresa Montajes y Eventos, realiza una inversión en publicidad online, capacitación al personal, ferias comerciales y showroom. Con esta inversión se estima que los ingresos anuales generan un incremento del 20%.

### **Tio: tasa promedio de rentabilidad**

La tasa mínima que se utiliza para determinar el Valor Presente Neto con proyecto de Inversión, para el análisis financiero se toma la tasa promedio de rentabilidad de Finca Raiz aproximada del 6%, teniendo en cuenta que este tipo de rentabilidad es una forma de generar ganancias a largo plazo, con seguridad financiera ya que el valor de la propiedad genera valor con el pasar del tiempo.

### **Proyección de ingresos**

Para el cálculo del incremento de los ingresos anuales con proyecto, se toma el 24%, que es el resultado del 20% de incremento esperado por la inversión que realiza la compañía en publicidad online, capacitación al personal, ferias comerciales y showroom y 4% correspondiente al promedio del Índice de precios al consumidor promedio de los últimos 5 años.

**Tabla 16***Flujo de efectivo actual.*

FLUJO NETO PROYECTADO	Proyección de 5 años					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DETALLE / AÑO	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>INGRESOS</b>						
INGRESOS POR SERVICIOS		118.696.520	147.183.685	182.507.769	226.309.634	280.623.946
<b>COSTOS POR SERVICIOS</b>		45.620.047	56.568.859	70.145.385	86.980.277	107.855.544
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		<b>7.415.691</b>	<b>8.157.260</b>	<b>8.972.986</b>	<b>9.870.284</b>	<b>10.857.313</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		32.033.040	33.314.362	34.646.936	36.032.814	37.474.126
<b>GASTOS FINANCIEROS 4 * MIL</b>		474.786	588.735	730.031	905.239	1.122.496
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		33.152.956	48.554.470	68.012.431	92.521.020	123.314.467
IMPUESTOS 30%		<b>9.945.887</b>	<b>14.566.341</b>	<b>20.403.729</b>	<b>27.756.306</b>	<b>36.994.340</b>
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	-	<b>23.207.069</b>	<b>33.988.129</b>	<b>47.608.702</b>	<b>64.764.714</b>	<b>86.320.127</b>
<b>INVERSION</b>						
PUBLICIDAD ONLINE	816.000					
CAPACITACION PERSONAL	3.000.000					
FERIAS COMERCIALES Y SHOWROOM	26.985.000					
<b>TOTAL</b>	<b>30.801.000</b>	-	-	-	-	-
<b>FLUJO NETO CON PROYECTO</b>	<b>30.801.000</b>	<b>23.207.069</b>	<b>33.988.129</b>	<b>47.608.702</b>	<b>64.764.714</b>	<b>86.320.127</b>

*Nota:* flujo neto proyectado, realizada por el autor.



## 5.4 Valor presente neto

Con el fin de evaluar el proyecto de inversión a largo plazo y determinar si la inversión cumple con el objetivo básico financiero que es maximizar la inversión, se calcula el valor presente neto el cual es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión.

**Tabla 17**

*Valor presente neto sin proyecto.*

Flujos de Caja	Proyección a 5 años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto sin proyecto	-	37.716.377	39.225.032	40.794.033	42.425.795	44.122.826

**TIO: 6%**

<b>Valor Presente Neto</b>	
<b>Sin proyecto</b>	\$ 171.319.429,25

*Nota:* Valor presente neto sin proyecto, realizada por el autor.

## 5.5 Valor presente neto con proyecto

Se presenta un incremento en los flujos de caja proyectados ya que la compañía realiza una inversión en publicidad online, capacitación al personal, ferias comerciales y showroom.

**Tabla 18**

*Valor presente neto con proyecto.*

FLUJO NETO PROYECTADO	Proyección de 5 años					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto con proyecto	- 30.801.000	23.207.069	33.988.129	47.608.702	64.764.714	86.320.127

**TIO: 6%**

<b>Valor Presente Neto con proyecto</b>	<b>\$ 177.118.099,06</b>
---	--------------------------

*Nota:* Valor presente neto con proyecto, realizada por el autor.

## 5.6 Costo anual uniforme equivalente

Es un indicador utilizado en la evaluación de proyectos e inversión y corresponden a todos los ingresos y desembolsos convertidos en una cantidad uniforme equivalente que es la misma cada periodo.

- Costo anual uniforme equivalente sin proyecto

**Tabla 19**

*Costo anual uniforme equivalente sin proyecto.*

<b>VPN</b>	<b>\$ 171.319.429,25</b>
TIO= TASA PROMEDIO RENTABILIDAD FINCA	
RAIZ	6%
<b>COSTO ANUAL UNIFORME EQUIVALENTE</b>	<b>\$ 34.839.969,44</b>

*Nota:* Costo anual uniforme equivalente sin proyecto, realizada por el autor.

- Costo anual uniforme equivalente con proyecto

**Tabla 20**

*Costo anual uniforme equivalente con proyecto.*

<b>VPN</b>	\$ 177.118.099,06
<b>TIO=TASA PROMEDIO</b>	
<b>RENTABILIDAD FINCA RAIZ</b>	6%
<b>COSTO ANUAL UNIFORME</b>	
<b>EQUIVALENTE</b>	\$ 42.047.199,17

*Nota:* Costo anual uniforme equivalente con proyecto, realizada por el autor.

### **5.6 Relación costo beneficio**

**Tabla 21**

*Relación costo beneficio.*

Flujo con proyecto	-30801000	23207069	33988128,8	47608701,9	64764714	86320127,1
Flujo sin proyecto		<b>37.716.377</b>	<b>39.225.032</b>	<b>40.794.033</b>	<b>42.425.795</b>	<b>44.122.826</b>
Flujo incremental	-30801000	-14509308	-5236903,18	6814668,55	22338919,3	42197300,7
VP Beneficios	\$ 54.948.521,36					
VP costos	\$ 49.149.851,56					
	1,117979396					

*Nota:* Relación costo beneficio, realizada por el autor.

Por cada peso que se invierte, se obtiene un beneficio de 11,79%

## 6. CONCLUSIONES

Se diseñó un plan estratégico para la empresa Montajes y Eventos que permite identificar las oportunidades que se encuentran en el mercado colombiano en el sector de los eventos, y con esto se definieron estrategias, propuestas y acciones que le dieron a la empresa una mejor organización interna y externa que sirve en la práctica diaria con el objetivo de dar continuidad al negocio de una manera eficiente.

A través del diagnóstico general de la empresa se identificaron diferentes variables que cubren aspectos positivos como la capacidad que tiene la empresa de reconocer sus clientes potenciales y de esta forma ofrecer un seguimiento de calidad que no permitan la pérdida de clientes, por otro lado, se resalta la gran cantidad de mobiliario que tiene la empresa lo cual representa una ventaja competitiva frente a otras compañías.

Con respecto al análisis PEST y teniendo en cuenta los factores políticos, económicos y sociales que se están viviendo actualmente se logra concluir que la pandemia Covid-19 afecta directamente y a escala importante al sector de los eventos generando grandes pérdidas económicas. Para reconocer los factores internos que tiene la empresa se utilizó el autodiagnóstico de la Cámara de Comercio donde se identificó que la planeación estratégica y la gestión financiera presentan dificultades que deben ser tenidas en cuenta para lograr una mejora en la organización. Por medio de la elaboración de la matriz DOFA se encuentran las estrategias de calidad, crecimiento, y crecimiento de ingresos económicos que debe ser del 24% anual.

En cuanto al cuadro estratégico se pudo obtener la implementación de los indicadores, presupuesto anual y responsables del área de la empresa; con esto se concluye que en conjunto esto representa una parte fundamental en el desarrollo de la planeación estratégica porque permite realizar comparaciones anuales que identifican aspectos como la inversión que debe tenerse para mejorar las ventas a futuro, reconocer la satisfacción de los clientes, mejoramiento continuo por medio de capacitaciones anuales, implementación de publicidad on line, y crecimiento en clientes e ingresos.

Para concluir, gracias a la implementación de las estrategias identificadas a lo largo del proyecto y los resultados obtenidos en evaluación realizada del análisis financiero arrojan que implementando dichas estrategias se podría tener un incremento del 20% de los ingresos de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

Amador, F. (2002). La planeación estratégica en el proceso administrativo. Gestipolis.  
<https://www.gestipolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/>

Armijo, M. (2009). Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Cepal.  
[https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacion\\_estrategica.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf)

Armijo, M. (2010). Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Cepal.  
[https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30\\_04\\_MANUAL\\_COMPLETO\\_de\\_Abril.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf)

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). ¿para qué sirve el autodiagnóstico/evaluación empresarial? <https://cutt.ly/Qbp3nED>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Evalúe su proyecto empresarial.  
<https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Evalue-su-proyecto>

Cepymenews. (2020). Las 3 estrategias competitivas genéricas de Michael Porter.  
<https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter/>

Cervantes, A., Perez, S., Cruz, D. (2018). Indicadores financieros para evaluar un proyecto de inversión. Veritasonline. <https://veritasonline.com.mx/indicadores-financieros-para-evaluar-un-proyecto-de-inversion/>

Congreso de la República. (2020). Por el cual se modifica la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. <https://cijuf.org.co/normatividad/ley/2020/ley-2068.html>

Consejo Gestión y Futuro. (2018). Planeamiento FODA. Archivo.  
<https://archivo.consejo.org.ar/planeamiento/foda.html>

Contemporaria Seguros Gerenciales. (2020). Cinco indicadores de desempeño que su empresa necesita medir. <https://www.contemporaseguros.com/5-indicadores-de-desempeno-que-su-empresa-necesita-medir/>

Departamento administrativo nacional de estadística – DANE-. (2020). Geovisor directorio de empresas 2020. <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/?lt=4.282117777802231&lg=-74.22256748400002&z=9>

Departamento administrativo nacional de estadística – DANE- (2020). Informe sobre cifras de empleo y brechas de género. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/Informe-sobre-cifras-de-empleo-y-brechas-de-genero-10-2020.pdf>

Debitoor. (2017). Flujo de efectivo. <https://debitoor.es/glosario/definicion-flujo-efectivo>

Escuela Superior de Administración Pública. (2015). Manual de funciones y competencias laborales. <https://cutt.ly/Ybp8Mah>

Fedesarrollo. (2020). Costo económico de las nuevas restricciones de movilidad. <http://dams.fedesarrollo.org.co/tendenciaeconomica/publicaciones/213-enero-2021/>

Gómez, D. (2013). 5 indicadores para medir su publicidad online. <https://bienpensado.com/5-indicadores-para-medir-su-publicidad-online/>

Granel, M. (2020). ¿Cómo calcular el valor presente neto? <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>

InsightB2B. (2016). Matriz DOFA para empresas pequeñas. <https://insightb2b.co/matriz-dofa-para-empresas-pequenas/>

López, M. (2015). La planeación estratégica. Un pilar en la gestión empresarial. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>

Matriz Dofa. (2020). Sigla DOFA. <https://www.matrizfoda.com/dafo/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). Normatividad de turismo. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/normatividad-turismo>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). Colombia, en el top 30 del turismo de reuniones. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-en-el-top-30-del-turismo-de-reuniones>

Montoya, C., Boyero, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>

Muñeton, S. (2009). Operación de congresos, ferias y convenciones. [https://www.academia.edu/17178603/NORMA\\_T%C3%89CNICA\\_NTC\\_COLOMBIANA\\_947\\_1](https://www.academia.edu/17178603/NORMA_T%C3%89CNICA_NTC_COLOMBIANA_947_1)

Nava, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842009000400009](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009)

Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

Procolombia. (2019). La industria de reuniones representa el 22,8% del turismo en Colombia. <https://procolombia.co/noticias/la-industria-de-reuniones-representa-el-228-del-turismo-en-colombia>

Quintana, B. (2015). Análisis del Mercado. [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado\\_1563825598.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf)

Revista Argentina de Investigación en negocios. (2017). La definición de los valores en la organización: una propuesta metodológica. <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/rain/article/view/V3N1-2a05/10173>

Revista Espacios. (2017). Proceso de planificación estratégica: etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>

Revista Forbes. (2020). Industria de eventos y espectáculos perdería \$210 mil millones. <https://forbes.co/2020/03/19/negocios/industria-de-eventos-y-espectaculos-perderia-210-millones/>

Revista Portafolio. (2021). Ciberseguridad, clave para la industria de los eventos en el 2021. <https://www.portafolio.co/tendencias/ciberseguridad-clave-para-la-industria-de-los-eventos-en-el-2021-549070>

Rincón, R. Perez, C. (2017). Los indicadores de gestión. <https://cutt.ly/Vbayjya>

Rivas, H. (2017). Cinco indicadores de desempeño que su empresa necesita medir. <https://satisfacciondelcliente.com/5-indicadores-de-desempeno-que-su-empresa-necesita-medir-satisfaccion-de-cliente/>

Rockcontent. (2019). Cómo hacer una planeación estratégica para tu empresa. <https://rockcontent.com/es/blog/planeacion-estrategica/>

Roncancio, G. (2018). ¿Qué es la planeación estratégica y para qué sirve?. <https://cutt.ly/5bayTO1>

Roncancio, G. (2018). ¿Qué son los objetivos estratégicos y cómo crearlos? <https://gestion.pensemos.com/que-son-los-objetivos-estrategicos-y-como-crearlos-algunos-ejemplos>

Sistema único de Información Normativa. (2001). Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones. <https://cutt.ly/KbayVps>



Soto, E., Cardenas, J. (2007). Ética en las organizaciones.  
[http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1143/1143\\_u7.pdf](http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1143/1143_u7.pdf)

Trenza, A. (2020). Análisis Pest: ¿Qué es y para qué sirve?  
<https://anatrenza.com/analisis-pestel/>

Universidad Militar Nueva Granada. (2019). Valor presente neto.  
<https://cutt.ly/4barLCw>

Zeron, M., Quevedo, J., Mendoza, C. (2013). Pequeñas empresas familiares y su integración a la cadena de suministros.  
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/empresas-familiares-integracion-cadena-suministros.html>

# **ANEXOS**

**ANEXO1.**  
**FORMULARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**



## Encuesta de satisfacción de clientes Montajes y Eventos

¡Para Montajes y Eventos es muy importante saber la opinión de nuestros clientes!

Nos gustaría conocer tu punto de vista para seguir mejorando nuestros servicios. Rellena esta breve encuesta y cuéntanos que piensas. Recuerda que las respuestas son anónimas.

Gracias por contactarte con nosotros. Esperamos que tu experiencia haya sido exitosa, así como lo fue para nosotros acompañando a nuestros clientes en sus mejores momentos.

**\*Obligatorio**

Indica tu nivel de satisfacción con el evento. \*

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

¿Tu pedido llegó en el tiempo establecido? \*

	1	2	3	4	5	
No mucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

¿Qué es lo que más te gustó de nuestros servicios?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Tienes algún comentario sobre un producto en específico?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Qué tan probable es que recomiendes nuestros servicios a tus familiares y amigos? \*

- Si lo recomendaría
- No lo recomendaría

**Enviar**

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

¿Qué tal te parecieron nuestros productos? \*

1= Muy mala 5= Excelente

	1	2	3	4	5	N/A
Carpas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piso y tarimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salas Lounge o en Estibas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calefactores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sillas Tiffany o Crossback	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesas vintage o de Cape	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesas en espejo o de vidrio cuadradas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bares, mesas y sillas Cocteleras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sillas Fenix o Dioor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**ANEXO 2.**  
**MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA MONTAJES Y EVENTOS**

Manual de funciones Auxiliares administrativos

	<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DEFUNCIONES</b>	Código	MYE-02
		Fecha de Emisión	25/01/2021
		Elaborado por: Daniel Puentes	
<b>I.- INFORMACIÓN BÁSICA</b>			
<b>1. NOMBRE DEL PUESTO</b>	AUXILIAR ADMINISTRATIVO		
<b>2. ÁREA O DEPARTAMENTO</b>	ADMINISTRATIVO		
<b>3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE		
<b>4. SUPERVISA A</b>	EL AREA DE LOGISTICA		
<b>II.- OBJETIVO DEL PUESTO</b>			
<p>Es de suma importancia que la persona tenga habilidades para planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por Montajes y Eventos.</p>			
<b>IV.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			

- Proponer a la gerencia los planes y programas de desarrollo semanales, mensuales y anuales de los eventos a realizar.
- Evaluar y controlar periódicamente el cumplimiento de los objetivos y metas consignadas en los planes y programas detectando los problemas de su ejecución y recomendando las medidas correctivas necesarias para el funcionamiento óptimo de la empresa.
- Realizar las cotizaciones de los clientes.
- Realizar las facturas de los clientes.
- Realizar las remisiones para el personal de logística.
- Brindar asesoramiento y apoyo al personal de logística.
- Elaborar los costos operativos del funcionamiento de las bodegas.
- Coordinar con los proveedores de la empresa para la entrega de material.
- Formular el calendario de compromisos.
- Verificar los mantenimientos de los camiones.
- Atención a clientes potenciales y nuevos de la mejor manera y con respeto.
- Informar permanentemente a la gerencia de los eventos grandes que se deban preparar con tiempo.
- Promover actividades de capacitación para el personal.

<b>V.- REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>1. NIVEL EDUCATIVO</b>	Profesional en Administración de empresas o especialista de gerencia de empresas, Técnico en asistencia administrativa.
<b>2. EXPERIENCIA LABORAL</b>	Cinco años en funciones similares.
<b>3. HABILIDAD LABORAL</b>	Conocimiento de Gestión Empresarial, servicio al cliente, manejo de herramientas de Microsoft.
<b>4. FORMACIÓN</b>	Título profesional universitario en Administración de empresas, ingeniería, o carreras afines; Técnico o tecnólogo en áreas administrativas.



<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	Código	MYE-03
	Fecha de Emisión	25/01/2021
	Elaborado por: Daniel Puentes	

I.- INFORMACIÓN BÁSICA	
<b>1. NOMBRE DEL PUESTO</b>	SECRETARIA
<b>2. ÁREA O DEPARTAMENTO</b>	ADMINISTRATIVO
<b>3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE
<b>4. SUPERVISA A</b>	EL AREA DE LOGISTICA
II.- OBJETIVO DEL PUESTO	
Este cargo deberá elaborar, contabilizar la Nómina de la empresa Montajes y Eventos, Coordinar con el gerente de la empresa, la liquidación de la seguridad social y prestaciones sociales de los servidores de la empresa, llevar los costos de la operación de la empresa, atención a todos los clientes.	
IV.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar un desempeño con calidad cumpliendo los objetivos y metas de la empresa, mensuales y anuales del cargo.</li> <li>- Orientación hacia la prestación de un servicio integral excelente al cliente logrando satisfacción y el mayor grado de lealtad en ellos, además de posicionar la buena imagen de Montajes y Eventos.</li> <li>- Atender a los visitantes y contactos telefónicos con actitud proactiva y con buena energía con el objetivo de orientar al cliente, aplicar la encuesta de satisfacción que tiene la empresa Montajes y Eventos.</li> <li>- De ser necesario aplicar los memorandos, notas, informes, estudios, cuadros estadísticos, y demás documentos que sean requeridos por la gerencia.</li> <li>- Planear diariamente los eventos de la semana y su trabajo ejerciendo autocontrol en la ejecución del mismo.</li> <li>- Suministrar la información y orientación personal o telefónicamente, según lo requieran por los clientes.</li> <li>- Asistir a las reuniones en las que sea necesaria su presencia y ejecutar las labores encomendadas.</li> <li>- Elaborar los pedidos de útiles y elementos de oficina indispensables para el funcionamiento de la empresa.</li> </ul>	

- Participar activamente en los programas de inducción, entrenamiento y capacitación establecidos por la empresa Montajes y Eventos.
- Mantener toda la documentación de la empresa actualizada.
- Realizar las certificaciones de los colaboradores que están en la organización y de los que se retiraron debidamente revisados y firmados por el gerente de la empresa Montajes y Eventos.
- Mantener en el desempeño de su cargo excelentes relaciones humanas, capacidad de trabajo en equipo, receptividad al cambio y calidad en el servicio.
- Coordinar la liquidación de la seguridad social y prestaciones sociales de los servidores de Montajes y Eventos.
- Cumplir con el plan Estratégico, los objetivos, metas, Visión y Misión, acorde con la empresa Montajes y Eventos.
- 17. Cumplir con todos los requerimientos derivados en la implementación del sistema de gestión de calidad establecidos para cada uno de los procesos en los cuales participa.
- El servicio integral al cliente y el posicionamiento de la buena imagen corporativa del de la empresa Montajes y Eventos.

#### V.- REQUISITOS PARA EL PUESTO

<b>1. NIVEL EDUCATIVO</b>	Técnico en asistencia administrativa y/o bachillerato.
<b>2. EXPERIENCIA LABORAL</b>	Dos años en funciones similares.
<b>3. HABILIDAD LABORAL</b>	Manejo de herramientas de Microsoft.
<b>4. FORMACIÓN</b>	Técnico o tecnólogo en áreas administrativas, servicio al cliente.

#### Manual de funciones jefe de bodega



<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	Código	MYE-04
	Fecha de Emisión	25/01/2021
	Elaborado por: Daniel Puentes	

#### I.- INFORMACIÓN BÁSICA

<b>1. NOMBRE DEL PUESTO</b>	JEFE DE BODEGA
<b>2. ÁREA O DEPARTAMENTO</b>	LOGISTICA



<b>3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE
<b>4. SUPERVISA A</b>	CONDUCTORES Y OPERARIOS
<b>II.- OBJETIVO DEL PUESTO</b>	
<p>Debe tener buena capacidad de comunicación con proveedores y conocimiento de los materiales e insumos que la empresa utiliza para su producción. Conseguir con rapidez los materiales necesarios y solicitados por el personal de la empresa para producción, tomando en cuenta la seriedad de los proveedores, además de esto dirigir cada uno del material necesario para cada evento. Mantener un inventario actualizado de todos los productos que tiene la empresa.</p>	
<b>IV.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirigir, ejecutar, supervisar y controlar los procesos técnicos de abastecimiento de las bodegas de la empresa.</li> <li>- Elaborar y llevar el registro de proveedores de materiales e insumos tanto de lo que entra como de lo que sale.</li> <li>- Elaborar políticas adecuadas para que no se pierda el material de la empresa.</li> <li>- Mantener todos los productos en excelentes condiciones.</li> <li>- Verificar que ningún material se vaya con imperfectos</li> <li>- Proporcionar los materiales, equipos, herramientas, insumos y transportes al evento.</li> <li>- Verificar que los camiones estén en buenas condiciones para su uso diario.</li> <li>- Mantener al tanto a la gerencia de los productos que necesitan cambio o mantenimiento especial.</li> <li>- Labores de mantenimiento de todas las carpas y mobiliario de la empresa.</li> <li>- Mantener las máquinas de limpieza y pintura en buenas condiciones.</li> <li>- Asistir a las reuniones con la gerencia para mostrar los problemas y las mejoras cuando sea requerido.</li> <li>- Organización de grupos de trabajo para despacho de eventos.</li> <li>- Anotar las horas extras de los colaboradores.</li> </ul>	
<b>V.- REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>1. NIVEL EDUCATIVO</b>	Técnico en logística y/o bachillerato.
<b>2. EXPERIENCIA LABORAL</b>	Dos años en funciones similares.
<b>3. HABILIDAD LABORAL</b>	Manejo de herramientas de Microsoft, comunicación asertiva.
<b>4. FORMACIÓN</b>	Técnico o tecnólogo en áreas administrativas, bachillerato, servicio al cliente, Liderazgo.

Manual de funciones del personal operativo



<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	Código	MYE-05
	Fecha de Emisión	25/01/2021
	Elaborado por: Daniel Puentes	

I.- INFORMACIÓN BÁSICA	
<b>1. NOMBRE DEL PUESTO</b>	OPERARIO
<b>2. ÁREA O DEPARTAMENTO</b>	LOGISTICA
<b>3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE
<b>4. SUPERVISA A</b>	N/A
II.- OBJETIVO DEL PUESTO	
<p>Coordinar actividades con responsabilidad para el desarrollo del trabajo designado por el gerente y jefe de bodega, así como preparar materiales necesarios para la instalación de los eventos. Logística e Instalación del evento.</p>	
IV.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cargue y descargue de camiones en la bodega o lugar del evento.</li> <li>- Revisar las remisiones de los eventos para el cargue del camión.</li> <li>- Pedir material e insumos al jefe de bodega.</li> <li>- Recibir el material de los proveedores y verificar su calidad y estado del mismo.</li> <li>- Montaje y desmontaje de carpas, piso o mobiliario que este en la remisión de cada evento que salga.</li> <li>- Buena presentación personal.</li> <li>- Mantenimiento de todos los productos de la empresa.</li> <li>- Mantener en orden las herramientas y el buen estado de las mismas</li> <li>- Notificar al gerente o jefe de bodega de cualquier anomalía.</li> <li>- Realizar reparaciones a los productos de la empresa que estén al alcance del operario, si es de mucha dificultad notificar al jefe de bodega para que lo envíe donde el proveedor que lo pueda arreglar.</li> <li>- Buena relación y actitud de servicio ante los clientes.</li> <li>- Buen vocabulario ante los clientes y en el lugar del evento</li> </ul>	

- Verificar en el sitio del evento que los productos estén en perfecto estado.
- Buena comunicación en grupo y verificación de camiones cargados con materiales de la empresa.
- Mantener limpia y ordenada la bodega, igual de los baños y cocina de la empresa.

#### V.- REQUISITOS PARA EL PUESTO

<b>1. NIVEL EDUCATIVO</b>	Bachillerato o primaria.
<b>2. EXPERIENCIA LABORAL</b>	Dos años en funciones similares.
<b>3. HABILIDAD LABORAL</b>	Comunicación asertiva, trabajo en grupo.
<b>4. FORMACIÓN</b>	Experiencia en armado de carpas, cargue y descargue de camiones, armado de tarimas y piso para eventos.

#### Manual de funciones conductor operativo



<b>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	Código	MYE-06
	Fecha de Emisión	25/01/2021
	Elaborado por: Daniel Puentes	

#### I.- INFORMACIÓN BÁSICA

<b>1. NOMBRE DEL PUESTO</b>	CONDUCTOR OPERARIO
<b>2. ÁREA O DEPARTAMENTO</b>	LOGISTICA
<b>3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	GERENTE
<b>4. SUPERVISA A</b>	N/A

#### II.- OBJETIVO DEL PUESTO

Coordinar actividades con responsabilidad para el manejo de los camiones y el desarrollo del trabajo designado por el gerente y jefe de bodega, así como preparar materiales necesarios para la instalación de los eventos. Transportar la mercancía en el camión y mantenerlo en perfecto estado, además de ayudar con la logística e Instalación del evento.

#### IV.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Cargue y descargue de camiones en la bodega o lugar del evento.
- Revisar las remisiones de los eventos para el cargue del camión.
- Pedir material e insumos al jefe de bodega.
- Recibir el material de los proveedores y verificar su calidad y estado del mismo.
- Montaje y desmontaje de carpas, piso o mobiliario que este en la remisión de cada evento quesalga.
- Buena presentación personal.
- Mantenimiento de todos los productos de la empresa.
- Mantener en orden las herramientas y el buen estado de las mismas
- Notificar al gerente o jefe de bodega de cualquier anomalía.
- Realizar reparaciones a los productos de la empresa que estén al alcance del operario, si es de mucha dificultad notificar al jefe de bodega para que lo envíe donde el proveedor que lo pueda arreglar.
- Buena relación y actitud de servicio ante los clientes.
- Buen vocabulario ante los clientes y en el lugar del evento
- Verificar en el sitio del evento que los productos estén en perfecto estado.
- Buena comunicación en grupo y verificación de camiones cargados con materiales de la empresa.
- Mantener limpia y ordenada la bodega, igual de los baños y cocina de la empresa.
- Manejar el camión a los lugares designados por el gerente y jefe de bodega.
- Manejar con precaución y con responsabilidad.
- Obedecer las normas de tránsito.
- Lavar el camión cuando este sucio y mantener su interior limpio.
- Llevar el camión a los mantenimientos preventivos par que funcione de la mejor manera.
- Notificar cualquier anomalía que tenga el carro.

#### **V.- REQUISITOS PARA EL PUESTO**

<b>1. NIVEL EDUCATIVO</b>	Bachillerato o primaria. Contar con pase para servicio público C2
<b>2. EXPERIENCIA LABORAL</b>	Dos años en funciones similares, Manejo de camiones llanta sencilla y doble llanta trasera.
<b>3. HABILIDAD LABORAL</b>	Comunicación asertiva, trabajo en grupo.
<b>4. FORMACIÓN</b>	Experiencia en armado de carpas, cargue y descargue de camiones, armado de tarimas y piso para eventos, Pase C2 para manejo de camión

Anexo 3. Presupuesto de capacitaciones, publicidad online y ferias y sowrooms

Presupuesto de capacitaciones					
Descripción de capacitación	Numero de capacitaciones anuales	Gastos por capacitación	valor por unidad	valor por 20 personas	Total
Estandares de calidad de la empresa	4	Refigerios	\$ 5.000	\$ 100.000	\$ 400.000
		Tiempo de 1 hora	\$ 5.000	\$ 100.000	\$ 400.000
		Formatos de capacitaciones	\$ 1.000	\$ 20.000	\$ 80.000
Encuestas de sactisfacción	4	Tiempo de 30 minutos	\$ 2.500	\$ 50.000	\$ 200.000
Mejoramamiento de la organización	6	Tiempo de 1 hora	\$ 5.000	\$ 100.000	\$ 600.000
Seguridad y salud en el trabajo	6	Refigerios	\$ 5.000	\$ 100.000	\$ 600.000
		Tiempo de 1 hora	\$ 5.000	\$ 100.000	\$ 600.000
		Formatos de capacitaciones	\$ 1.000	\$ 20.000	\$ 120.000
Personas a capacitar	20			Valor total anual	\$ 3.000.000

Presupuesto de publicidad online						
Descripción de Publicidad	Numero de publicidad al año	Dias de duración de la publicidad	Valor por día	Valor por los 5 Dias	Alcance de personas	Valor Total
Publicidad en Instagram	12	5	\$ 10.000	\$ 50.000	4.400	\$ 600.000
Publicidad en facebook	12	4	\$ 4.503	\$ 18.012	1.500	\$ 216.144
					<b>Valor total anual</b>	<b>\$ 816.144</b>

Presupuesto de ferias y showrooms					
Descripción de capacitación	Numero de Ferias anuales	Gastos por capacitación	unidades instaladas	valor por unidad	Valor total por item
Ferias de wedding planer	3	Carpas	2	\$ 400.000	\$ 800.000
		Sillas	40	\$ 4.500	\$ 180.000
		Mesas	4	\$ 50.000	\$ 200.000
		Transporte	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Showrooms	4	Carpas	3	\$ 400.000	\$ 1.200.000
		Sillas	50	\$ 4.500	\$ 225.000
		Mesas	5	\$ 50.000	\$ 250.000
		Pista de baile Led	1	\$ 800.000	\$ 800.000
		Transporte	2	\$ 50.000	\$ 100.000
<b>Total de ferias anuales</b>	<b>7</b>				<b>\$ 3.855.000</b>
					<b>Valor por las 7 ferias propuestas \$ 26.985.000</b>