



Estudio de factibilidad para la creación de la empresa pequeños eventos especiales

Momentos Mágicos

Deini Yined Diaz

Eliana Vargas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Agosto de 2021

Estudio de factibilidad para la creación de la empresa pequeños eventos especiales

Momentos Mágicos

Deiny Yined Diaz

Ingrid Eliana Vargas

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en

Gerencia de Proyectos

Asesor(a)

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Agosto de 2021

Contenido

Resumen.....	16
Abstract.....	17
Introducción	18
1. Planteamiento del problema.....	20
1.1 Descripción del problema.....	22
1.1.1 Diagrama de Ishikawa	24
Figura 2 - <i>Diagrama de ishikawa</i>	24
1.1.2 Análisis del diagrama de Ishikawa.....	25
2 Objetivos.....	25
2.1 Objetivo general	25
2.2 Objetivos específicos.....	25
3 Justificación.....	26
4 Estudio de mercado.	28
4.1 Descripción del servicio.....	30
4.1.1 Atributos	32
4.1.2 Beneficios	32
4.1.3 Clasificación	33

4.1.4.3	<i>Servicio de apoyo</i>	36
4.1.4.6	Ficha técnica del servicio	37
4.2.1	Sector y generalidades del sector.....	39
4.2.2	Estadísticas del sector	40
4.2.3	Estructura del mercado	42
4.3.2	Mercado proveedor.....	44
4.4	Análisis de la oferta.....	50
4.4.1	Factores determinantes de la oferta	50
4.4.2	Matriz de competidores	52
4.4.3	Identificación de servicios sustitutos y servicios complementarios	54
4.5	Análisis de la demanda.....	56
4.5.1	Mercado objetivo.....	56
4.5.3	Proyección de demanda potencial a 10 años.....	58
4.5.4	Proyección de ventas a 10 años.	61
4.6.1	Precio de venta de la competencia.....	64
4.6.2	Estimación de gastos asociados a la prestación de un servicio	65
4.6.3	Gastos de producción total	67
4.6.4	Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta).....	75
4.6.5	Asignación de precio	75
4.6.6	Punto de equilibrio.....	75

4.7 Promoción y distribución	78
4.7.1 Canales de comunicación	79
4.7.2 Fuerza de ventas	79
4.7.3 Estrategia publicitaria	82
4.8 De la encuesta.....	83
4.8.1 De la construcción del instrumento	83
4.8.2 De la validación del instrumento	84
4.8.3 De la población total y la muestra	84
4.8.4 Resultados.....	85
4.8.5 Análisis de la información y conclusiones.....	90
5 Estudio tecnico.	91
5.1 Localización del proyecto	91
5.1.1 Macro localización	92
5.1.2 Microlocalización	93
5.2 Proceso de producción	105
5.2.2 Diagrama de flujo prestación del servicio	107
5.2.3 Tecnología para el desarrollo del proyecto.....	109
5.2.4 Descripción de personal para el proceso de servicio	111
5.2.5 De la planta.....	113
5.2.6 Control de calidad y seguridad industrial	116

5.2.7 Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha	117
6 Estudio administrativo – organizacional.	122
6.1 Identificación de la organización	122
6.1.1 Nombre	122
6.1.2 Slogan	122
6.1.3 Logotipo.....	123
6.2 Planeación estratégica	123
6.2.1 Misión.....	124
6.2.2 Visión.....	124
6.2.3 Valores organizacionales	124
6.2.4 Objetivos organizacionales	125
6.2.5 Políticas organizacionales.....	127
6.3 Estructura organizacional.....	128
6.3.1 Organigrama	128
6.3.2 Marco legal de vinculación.....	129
6.4 Inversión en adecuación administrativa	130
6.5 De la constitución de la sociedad	131
6.5.1 Acta de constitución y estatutos de la sociedad.....	132
6.5.2 Costos de constitución	132
6.5.3 Estructura patrimonial	133

7.3 Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto.....	140
7.4 Legislación tributaria que afecta el proyecto	143
8. Estudio ambiental.....	144
9. Estudio economico – Financiero.....	146
9.1 Definición de inversiones diferidas	146
9.2 Definición de inversiones fijas	147
9.3 Estructura de capital	149
9.3.1 Recursos propios.....	150
9.3.2 Recursos con terceros	150
9.4. Proyección de presupuestos a 10 años	152
9.4.1. Presupuesto de ventas	152
9.4.2 Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales	154
9.5 Proyección de estados financieros a 10 años	156
9.5.1 Estado de situación financiera	156
Fuente: Autoras 2021.....	163
9.5.2 Estado de resultados.....	164
9.6 Proyección de flujo de caja a 10 años	168
10. Evaluación financiera del proyecto.....	171

10.1	Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad.....	171
10.2	Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR	174
10.2.1	Determinación de la tasa de descuento	175
10.2.2	Cálculo del Valor Presente Neto	177
10.2.3	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	178
11	Conclusiones.	180
	Referencias.....	182

Lista de tablas

Tabla 1. Valor para aplicar fórmula	29
Tabla 2. Presentación de paquete dorado para 10 personas	31
Tabla 3. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades	33
Tabla 4. Ficha técnica del evento	37
Tabla 5. Encuesta mensual de servicios	217
Tabla 6. Identificación de proveedores	44
Tabla 7. Precios de materias primas	48
Tabla 8. Factores determinantes de la oferta	50
Tabla 9. Servicios sustitutos y precios	51
Tabla 10. Disponibilidad de insumos	52
Tabla 11. Matriz de competidores	53
Tabla 12. Servicios sustitutos y complementarios	54
Tabla 13. Perfil del consumidor de Momentos Mágicos	57
Tabla 14. Valores de referencias	59
Tabla 15. Demandantes potenciales	60
Tabla 16. Ventas en el primer año de operación	62
Tabla 17. IPC proyectado	62
Tabla 18. Proyección de ventas a 10 años	63
Tabla 19. Precio del paquete dorado	63
Tabla 20. Matriz precios y características de los competidores	64
Tabla 21. Paquete dorado para 10 personas	66
Tabla 22. Materias primas	67

Tabla 23. Gastos administrativos	69
Tabla 24. Gastos de servicios públicos	70
Tabla 25. Costo de distribución	70
Tabla 26. Otros gastos.....	71
Tabla 27. Costos de financiamiento del proyecto	72
Tabla 28. Financiamiento del proyecto.....	73
Tabla 29. Costo totales.....	73
Tabla 30. Punto de equilibrio	76
Tabla 31. Perfil del vendedor, fuerza de venta	80
Tabla 32. Puntos de localización	95
Tabla 33. Factores de macrolocalización	96
Tabla 34. Factores de microlocalización	100
Tabla 35. Ponderación de resultados	104
Tabla 36. Balance de maquinaria y equipo	109
Tabla 37. Descripción del personal para el proceso de prestación del servicio.....	112
Tabla 38. Balance de adecuaciones	115
Tabla 39. Resumen de la inversión	117
Tabla 40. Balance de maquinaria y equipo	119
Tabla 41. Costo de adecuaciones	120
Tabla 42. Resumen de la inversión	121
Tabla 43. Balance de adecuaciones administrativas	131
Tabla 44. Costo de la constitución de la empresa	132
Tabla 45. Estructura patrimonial.....	133

Tabla 46. Legislación	135
Tabla 47. Legislación que afecta el desarrollo del servicio	138
Tabla 48. Lagislación proceso de contratación.....	141
Tabla 49. Lagislación tributaria de Momentos Mágicos	143
Tabla 50. Inversiones diferidas	146
Tabla 51. Activos fijos	147
Tabla 52. Recursos materiales	149
Tabla 53. Estructura patrimonial.....	149
Tabla 54. Recursos propios.....	150
Tabla 55. Costo de financiamiento del proyecto	151
Tabla 56. Amortización del crédito	151
Tabla 57. Ventas en el primer año de operación.....	152
Tabla 58. IPC proyectado	152
Tabla 59. Proyección de ventas a 10 años	153
Tabla 60. Proyección de unidades a vender a 10 años.....	153
Tabla 61. Costos totales	154
Tabla 62. Gastos operacionales proyección a 10 años.....	155
Tabla 63. Estado de situacion financiera al 31 de diciembre del 2022.....	156
Tabla 64. Estado de situación financiera proyectado a 10 años	159
Tabla 65. Estado de ganancias y pérdidas al 31 de diciembre de 2022	164
Tabla 66. Estado de ganancias y pérdidas proyectado a 10 años.....	166
Tabla 67. Flujo de caja.....	168
Tabla 68. Capital Neto de Trabajo	171

Tabla 69. Proyección de indicadores financieros	173
Tabla 70. Valores de referencias.....	175
Tabla 71. Ponderación de financiación.....	175
Tabla 72. Inversión y participación	176
Tabla 73. Costo Promedio Ponderado	176
Tabla 74. Valor Presente Neto	177
Tabla 75. Interpretación de la VAN.....	177
Tabla 76. Tasa Interna de Retorno	178
Tabla 77. Interpretación de la TIR.....	179
Tabla 78. Nivel jerarquico de los empleados.....	211
Tabla 79. Identificación del empleo.....	211
Tabla 80. Identificacion del empleo nivel técnico	213
Tabla 81. Identificación del empleo nivel técnico	215
Tabla 82. Acta de constitución.....	217
Tabla 83. Capital autorizado	219
Tabla 84. Capital suscrito	220
Tabla 85. Capital suscrito	220
Tabla 86. Capital pagado	220
Tabla 87. Capital autorizado.....	240
Tabla 88. Capital suscrito	241
Tabla 89. Acciones suscritas.....	241
Tabla 90. Capital pagado	242

Lista de figuras

Figura 1. Producto Interno Bruto 2015 -2021.....	21
Figura 2 Diagrama de ishikawa	24
Figura 3. Logotipo de Momento Mágicos	34
Figura 4. Localización	43
Figura 5. Representación gráfica grado de aceptación, según encuesta	58
Figura 6. Punto de equilibrio Momento Mágicos	77
Figura 7. Género	86
Figura 8. ¿Celebra usted momentos especiales?.....	86
Figura 9. ¿Que tipo de momentos especiales maneja?	87
Figura 10. ¿Con que frecuencia realiza usted celebración de eventos especiales	88
Figura 11. ¿Si existiera una empresa adquiriría sus servicios	89
Figura 12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por las celebraciones	89
Figura 13. Macrolocalización	92
Figura 14. Diagrama de flujo de operación	107
Figure 15. Distribución arquitectónica de Momentos Mágicos.....	114
Figura 16. Logotipo de Momentos Mágicos.....	123
Figura 17. Organigrama	129
Figura 18. Género	196
Figura 19. Estrato.....	197
Figura 20. ¿Celebra usted momentos especiales?.....	197
Figura 21. ¿Qué de momentos especiales celebra?.....	198
Figura 22. ¿Sabe usted que es un catering?	198

Figura 23. ¿Alguna vez a contratado una empresa de pequeños momentos?	199
Figura 24. ¿Cómo planifica la organización de sus eventos?	199
Figura 25. ¿Cuáles son los motivos por los cuales contrata una empresa de eventos?... 200	
Figura 26. ¿De que manera prefiere contactar y organizar la celebración?	201
Figura 27. ¿Conoce en Ibagué empresas dedicadas a las pequeñas celebraciones?	201
Figura 28. ¿De qué manera se entera de la existencia de empresas de eventos?	202
Figura 29. ¿Con que frecuencia realiza usted celebración de eventos especiales?.....	203
Figura 30. ¿Cuáles son los motivos por los que no contrata una empresa de eventos?..	203
Figura 31. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de eventos?	204
Figura 32. ¿En cuál de las siguientes eventos considera necesaria asesorías?	205
Figura 33. ¿Qué lugar prefiere al momento de celebrar momentos especiales	206
Figura 34. ¿Si existiera una empresa de eventos pequeños la contrataría?	206
Figura 35. ¿Contrataría una empresa para que organice una pequeña celebración?.....	207
Figura 36. ¿De contratar una empresa ¿Cómo prefiere realizar el pago?	208

Lista de anexos

Anexo 1- Encuesta.	190
Anexo 2- Tabulación e interpretación.....	196
Anexo 3. Manual específico de funciones.	209
Anexo 4- Acta de Constitución.	217
Anexo 5- Estatutos de la sociedad.	238

Resumen

Título: Estudio de factibilidad para la creación de la empresa eventos especiales

Momentos Mágicos

Autores: Deiny Yined Díaz, Ingrid Eliana Vargas Torres

Palabras claves: Catering, Factibilidad, Estudio, Momento, especiales.

Descripción:

El estudio de factibilidad para la creación de la empresa de eventos especiales Momentos Mágicos, se desarrolló mediante la elaboración de los estudios de mercado, técnico, administrativo-organizacional, legal, ambiental y financiero todos estos fueron analizados para conformar el estudio de factibilidad que dio como resultado cada uno ser factibles, por lo cual una vez terminado se concluye la factibilidad para la implementación de la empresa momentos mágicos.

Momentos Mágicos se constituirá como una Sociedad Anónima Simplificada (SAS) de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1258 de 2008 y Decreto 2020 de junio de 2009, de duración indefinida, con domicilio principal en el municipio de Ibagué Tolima y su dirección para notificaciones judiciales en la Manzana B casa 1 barrio Ibagué 2000.

Cabe destacar que, con la realización de este estudio de factibilidad, se pone en práctica los conocimientos adquiridos en la especialización Gerencia de proyectos.

Abstract

Title: Feasibility study for the creation of the company special events Momentos Mágicos.

Authors: Deiny Yined Díaz, Ingrid Eliana Vargas Torres

Keywords: Catering, Feasibility, Study, Moment, specials.

Description:

Feasibility study for the creation of the special events company Momentos Mágicos, was developed through the preparation of market, technical, administrative-organizational, legal, environmental and financial studies, all of these were analyzed to form the feasibility study that gave as a result, each one will be feasible, so once completed the feasibility for the implementation of the company magic moments is concluded.

Momentos Mágicos will be established as a Simplified Public Limited Company (SAS)

In accordance with the provisions of Law 1258 of 2008 and Decree 2020 of June

2009, of indefinite duration, with main domicile in the municipality of Ibagué

Tolima and its address for judicial notifications in Block B house 1 neighborhood

Ibague 2000.

It should be noted that with the completion of this feasibility study, the knowledge acquired in the Project Management specialization is put into practice.

Introducción

El presente documento se realiza el análisis de factibilidad para la creación de la empresa Momentos Mágicos, el cual surge de la creciente demanda de servicios para la celebración de momentos especiales en la ciudad de Ibagué.

El objetivo general de este estudio está orientado a la factibilidad para la creación de un servicio de catering para la celebración de fiestas o reuniones familiares. Para ello se plantea un marco referencial del sector y de las distintas normativas aplicables a la empresa que se desea constituir.

Seguidamente se efectúa un estudio de mercado que permita establecer el mercado potencial ubicado en la ciudad de Ibagué, para la cual se diseñó una encuesta como mecanismo que permitió identificar las preferencias de los clientes, en segundo lugar se elaboró un estudio técnico para identificar los aspectos más relevantes como la localización del proyecto, la distribución de la planta y los flujogramas a utilizar en la misma, en tercer lugar se elaboró el estudio administrativo- organizacional con el fin de verificar los costos administrativos necesarios para el funcionamiento de la empresa, de la misma manera se realizó el estudio legal que permitió identificar las leyes, normas y decretos que le aplican a momentos mágicos para su funcionamiento teniendo en cuenta también el estudio ambiental para conocer el impacto generado por la empresa al medio ambiente y para finalizar se realizó un estudio financiero con el fin de determinar los costos e ingresos, con sus respectivos indicadores fundamentales para conocer de esta manera la viabilidad económica del proyecto.

Estos resultados dan lugar a la propuesta Momentos Mágicos la cual busca satisfacer las necesidades en el momento de realizar una celebración de una fecha especial.

1. Planteamiento del problema.

Con el pasar de los años las celebraciones de fechas especiales han cambiado en su modus operandi dependiendo de la época, de la posición económica y del tiempo disponible para la organización de estos momentos. En épocas anteriores las fiestas eran organizadas por los mismos dueños de la fiesta o anfitriones sin la necesidad de contratar servicios de empresas.

En la actualidad la falta de tiempo para desempeñar todas las labores que demanda la cotidianidad hace que para las personas se vuelva engorroso y desgastante sacar tiempo para pensar y ejecutar todo lo que implica una celebración especial. y hoy aún más cuando resultado de la emergencia sanitaria suscitada por el coronavirus COVID 19 limita el relacionamiento social. Los tiempos han cambiado y las celebraciones de fechas especiales han pasado de ser grandes eventos hacer pequeñas celebraciones más reservadas, más íntimas.

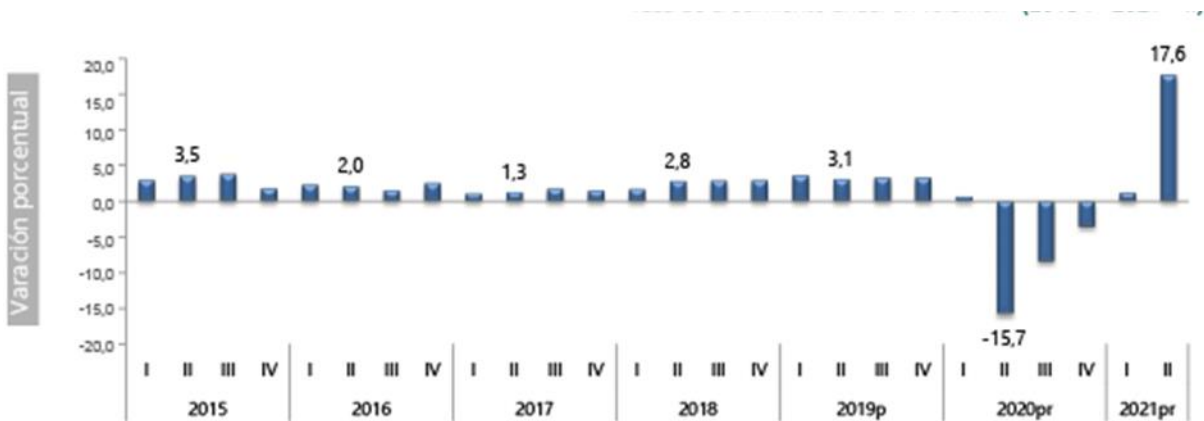
Hoy en día, la sociedad se muestra más estricta ante la prestación de un servicio o la adquisición de un bien para esto tienen en cuenta: calidad, satisfacción, innovación y responsabilidad; buscando siempre un buen precio. Es así, como el catering se ha convertido en un concepto conocido por muchas personas, dado que de manera constante las personas de todos los estilos y estratos sociales buscan que las celebraciones se conviertan en un momento mágico e inolvidable y con eso delegar esta actividad a alguien que se encargue de toda la organización lo antes era organizado por la familia o por los anfitriones con su propia creatividad hoy en día se terceriza el servicio y cada vez más estas celebraciones se dejan en manos de empresas especializadas en la organización de eventos.

El servicio de catering hace parte del sector terciario del país, la que la dinámica del servicio consiste en proveer comida, bebidas y decoraciones a fiestas y demás presentaciones. La DIAN en su informe técnico denominado Encuesta Mensual de Servicios EMS, tiene por objeto recopilar información importante para conocer el desempeño y aporte que hace el catering al desarrollo económico.

La prestación de servicios de eventos en el mundo ha tenido una evolución muy rápida, puesto que día a día ha ido creciendo la demanda de los mismos, lo cual lo ha convertido en un buen negocio. En los últimos años el sector de servicios se ha convertido en una fuente importante de ingresos y empleo en el país, generando empleos directos e indirectos aproximadamente de 1´800,000 personas entre independientes y fuerza de trabajo. (El Espectador, 2020)

Figura 1

Producto Interno Bruto 2015 -2021



Fuente: Producto interno bruto (DANE, 2021)

Dando una mirada al histórico al Producto Interno Bruto desde el año 2015 hasta el 2019, se observa que presentó un crecimiento promedio de 2,5% en dicho periodo, en el año 2020 hubo disminución de -15,7%, este resultado es producto de la pandemia que está vivió el país. Con la reapertura económica y el avance en la vacunación contra la COVID 1,9 se generó efecto positivo en la economía, pues en el primer semestre de 2021 el Producto Interno Bruto creció 17,6% respecto al mismo periodo del 2020. Las actividades económicas relacionadas con actividades artísticas, de entretenimiento, recreación y otras actividades del servicio crecieron en 83,8%, aportando al desarrollo económico del país y generado confianzas a las empresas productoras y prestadoras de servicio (Dane , 2021)

Bajo este contexto, se plantea la pregunta problemática.

¿Cómo puede una empresa prestadora de servicios de catering satisfacer la necesidad de celebrar los pequeños eventos especiales en la ciudad de Ibagué?

1.1 Descripción del problema

Hay celebraciones tales como, día de la independencia y la navidad que varían de acuerdo al país y la cultura. Sin embargo, los cumpleaños, aniversarios, grados y anuncios de compromisos, son celebraciones importantes que se festejan en la mayoría de las culturas, las personas buscamos sorprender a los seres queridos y hacer de las fechas especiales, momentos únicos. Aunque las comida y bebida sean diferentes todas las culturas coinciden en, consentir de una manera extraordinaria a sus seres queridos.

En Colombia el sector de eventos agrupa más de 52 categorías y aporta el 2,7 % al PIB nacional, este sector tiene gran importancia en el crecimiento económico del país, antes de la pandemia se realizaba un promedio de 1800 eventos semanales de todo tipo. El sector de eventos contribuye a la activación económica, para la realización de estos, intervienen hoteles, fotógrafos, músicos, bares, meseros, fincas campestres, entre otro. (Espectador, 2021)

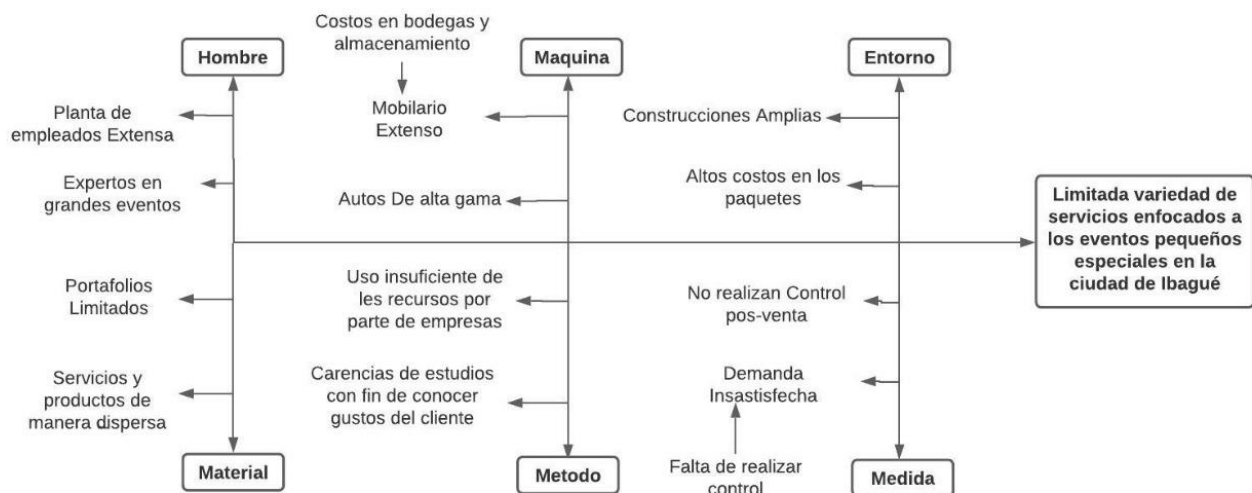
A nivel municipal, durante el presente año según informe de la Cámara de Comercio fueron treinta y nueve personas naturales quienes renovaron su matrícula, doce renovaciones más realizadas como persona jurídica y dos nuevas empresas que junto con las anteriores se dedican a la prestación de servicio de catering para eventos de grandes celebraciones dejando de lado las pequeñas celebraciones que hoy en día cobran mayor relevancia como resultado de la pandemia generada por la COVID 19 que trajo consigo no solo afectaciones a nivel de la salud si no que trajo consigo cambios en la forma de relacionamiento en la sociedad. Las personas en la actualidad prefieren pequeñas celebraciones en marcadas en un ámbito íntimo y familiar, ajustadas a las restricciones que actualmente vive el mundo. Sumado a esto, la vida moderna exige que las personas estén más ocupadas, la gran cantidad de su tiempo está dedicado al ámbito laboral, familiar y escolar dejando muy poco tiempo para la organización de esos pequeños momentos. (Comercio, 2021). Por lo anteriormente expuesto, que se cree que el catering de eventos se convierte en una opción atractiva para un mercado que exige la constante renovación y actualización para poder cumplir con la demanda del cliente actual, que personaliza cada vez más sus eventos, optimiza su tiempo y su dinero. Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia que existe en la ciudad de Ibagué una carencia de oferta de servicios de catering que se

ajuste a la necesidad de los requerimientos de la demanda en cuanto a la celebración de pequeños momentos especiales.

Teniendo como base la necesidad destacada de querer celebrar esos momentos especiales contratando servicios de calidad y buenos precios que se adapten a los requerimientos y la situación económica del cliente surge la idea de la creación de una empresa llamada “Momentos Mágicos” esta busca ofrecer variedad de paquetes de “momentos” que recojan las temáticas de manera innovadora, acogedora íntima y personalizada. que le permita al cliente optimizar su tiempo y su dinero encontrando todo aquello que necesita en una pequeña celebración, lo mágico de celebrar una fecha especial. Lo que se busca con la creación de esta empresa es que este tipo de servicios deje de ser una tarea compleja y ayude a buscar las mejores soluciones a sus clientes.

1.1.1 Diagrama de Ishikawa

Figura 2 - Diagrama de ishikawa



Fuente. Autoras (2020)

1.1.2 Análisis del diagrama de Ishikawa

Como se evidencia en el diagrama de Ishikawa el servicio de catering se ha enfocado en la celebración de grandes eventos que traen consigo altos costos debido a sus procesos de tecnificación que utiliza para cumplir con los requerimientos de lo que conlleva una oferta del servicio a mayor escala. Sin embargo, desconoce los cambios generados a nivel social en la forma de relacionamiento con el entorno y categoriza en una demanda insatisfecha a quienes prefieren las pequeñas celebraciones ya sea por temas económicos o por el relacionamiento social limitado que vive el mundo entero. En la actualidad se muestra limitada la variedad de servicios y portafolios enfocados a la celebración de pequeños momentos especiales en la ciudad de Ibagué. Debido a la falta de estudios que permitan conocer los gustos y necesidades de los clientes para prestar un buen servicio y poder cumplirle a esa demanda insatisfecha y tener una apertura de portafolio de servicios.

2 Objetivos.

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de catering para la celebración de pequeños eventos especiales en la ciudad de Ibagué.

2.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de Mercado para medir la aceptación de la creación de la empresa “pequeños eventos especiales Momentos Mágicos”

- Diseñar un el estudio técnico que permita proyectar la creación de la empresa “pequeños eventos especiales Momentos Mágicos”
- Plantear un estudio organizacional y legal, que identifique las necesidades administrativas para la creación de la empresa “pequeños eventos especiales Momentos Mágicos”
- Determinar un estudio financiero que permita validar la creación de la empresa “pequeños eventos especiales Momentos Mágicos.”

3 Justificación.

La realización de este proyecto se sustenta bajo una justificación práctica. Realizado para alcanzar las competencias académicas requeridas para formular y evaluar proyectos de forma apropiada. En donde a través de las mismas se desarrollen habilidades profesionales para la gestión, formulación y gerencia de proyectos.

En la actualidad, la falta de tiempo para desempeñar todas las labores que demanda la cotidianidad hace que para las personas se vuelva complejo y desgastante sacar tiempo para pensar y ejecutar todo lo que implica una celebración especial. y hoy aún más cuando resultado de la emergencia sanitaria suscitada por el coronavirus COVID 19 limita el relacionamiento social. Los tiempos han cambiado y las celebraciones de fechas especiales han pasado de ser grandes eventos hacer pequeñas celebraciones más reservadas, más íntimas.

Lo mencionado hace que sea necesaria la creación de una empresa de servicios de catering que se dedique a la celebración de pequeños eventos especiales que contribuyan con la optimización de tiempo, presupuesto para que la población delimitada con acceso al servicio. pueda vivir momentos inolvidables en las fechas especiales. la principal función, de esta empresa es generar valor agregado a una pequeña celebración. Esta empresa no dejara que las personas por a causa de sus múltiples ocupaciones o de recursos económicos dejen de celebrar sus fechas especiales. Ya que está se encargará de buscar esos pequeños detalles que el cliente busca tanto estéticamente como económicamente. Ahorrando no solo dinero si no tiempo en un mundo lleno de afanes y hoy cohibidos de transitar tranquilamente por los temores ocasionados por el COVID 19. Este proyecto, además de convertirse en un modelo de negocio dará solución a una demanda insatisfecha de los servicios que actualmente prestan las empresas de catering en la ciudad de Ibagué, ya que existen agencias o empresas dedicadas a la prestación del servicio, pero para la realización de grandes eventos dejando de lado la celebración de pequeños momentos especiales que permite mayor intimidad, y mayor optimización del tiempo y del dinero de los clientes.

En la ciudad las empresas con mayor participación, son Grupo Davinchi, Casa de Eventos Ibagué, Golden Eventos, Wedding Planner y Camelia, Estilo y Eventos. Dedicadas a la Organización en General de Eventos sociales y Empresariales Bodas, 15 años, Bautizos, Eventos empresariales, Decoración y entretenimiento de Alto impacto. (InEventos, 2021)

4 Estudio de mercado.

El presente proyecto se realizará bajo el marco de una investigación descriptiva porque se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando (Recimundo, 2020). Expresada en términos cuantitativos porque es la investigación, orientada a estudios sobre la base de abstracciones numéricas o estadísticas. (Significados, 2021) y en términos cualitativos porque pretende analizar un problema para identificar sus características y tomar decisiones a partir de allí (Significados, 2021). La naturaleza de los productos y servicios que se ofrecerán en la empresa de celebración de pequeños eventos especiales, requiere de la recolección de datos cualitativos que permitan conocer cuáles son las preferencias de los clientes a la hora de la celebrar un momento especial y lo que desea adquirir para realización del mismo.

La información adquirida expresada en cifras permitirá determinar los costos de la inversión para los productos ofertados y así mismo evaluar su precio a la venta pública. La recolección de información tanto cualitativa como cuantitativo resultado de la aplicación de la encuesta como de la revisión de información de fuentes secundarias será el método de investigación y recopilación de datos que se utilizaran para obtener información de personas sobre diversos temas.

Este estudio se realiza a los habitantes del casco urbano la ciudad de Ibagué, según proyección último censo realizado por el DANE, en el 2018, la cabecera municipal cuenta con 501.991 habitantes, de los cuales 436.622, se encuentran en los rangos de edad de los 15 años en adelante, que serán la población objetivo del presente proyecto. (Alcaldia Municipal de Ibague , 2020)

Teniendo en cuenta lo anterior para obtener un resultado óptimo en el estudio de mercado, se aplica la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Nz_a^2pq}{e^2(N - 1) + z_a^2pq}$$

Para calcular el tamaño de muestra representativo para el estudio. Se calcula con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Los datos correspondientes para aplicar la fórmula son:

Tabla 1

Valor para aplicar fórmula

Parámetros	Valor
N	436.622
P	0.5
Q	0.5
e	0.05
Z	1,96

Fuente: Calculo de muestra por las autoras con base en datos del DANE (2021)

Donde N es el tamaño de la población, que en este caso, son la cantidad de habitantes del casco urbano de la ciudad de Ibagué en edades de los 15 a los 65, Z es el valor de la distribución normal estándar para un nivel de confianza del 95%. e es el margen de error, cuando no se conoce p se toma como 0.5.

Al remplazar obtenemos

$$\frac{(436622)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(436622 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 383.8$$

Como el tamaño de muestra da 383.8, entonces se deben aplicar 384 encuestas.

4.1 Descripción del servicio

La empresa “Momentos Mágicos” brindará asesorías, planeación y realización de eventos especiales pequeños en la ciudad, basados en calidad, confiabilidad, puntualidad y diversidad, contando con un equipo humano calificado que garanticen el éxito del evento.

Momentos Mágicos llega con paquetes de eventos especiales para la familia, amigos y parejas, que priorizando los protocolos de seguridad garantiza una vivencia única para celebrar una fecha especial.

La empresa manejará página en redes sociales con el fin de brindar información oportuna a los posibles prospectos de clientes, adicional si el cliente está interesado se dará una cita personalizada o vía streaming para la asesoría y concretar servicio.

A continuación, se presenta el paquete dorado que traerá Momentos Mágicos, para complacer a los consumidores en las fechas especiales.

Tabla 2 - Presentación de paquete dorado para 10 personas

Descripción del paquete	Unidad de medida	cantidad
Vino tinto 750	Mililitros 750	1
Cena	Unidad	10
Pastel 250	Gramos	1
Bebida refrescante 1000	Mililitros	2
Mantel temático	Unidad	1
Pasabocas	Unidad	15
Dulces	Paquete x 25	1
Platos temática	paquete	1
Arco orgánico	Unidad	1
Servilletas	paquete	1
Pendón feliz Cumpleaños	Unidad	1
Serpentinas	Unidad	2
Tenedores temática	Paquete	1
Vela	Unidad	1
Vasos temática	paquete	1
Canción favorita en vivo	Unidad	1
Copa personalizada	Unidad	1
Copas	Unidad	9

Fuente: Elaboración propia.

4.1.1 Atributos

La empresa Momentos Mágicos, cuenta con aliados estratégicos que ofrecen los mejores lugares y productos para todo tipo de eventos pequeños a precios cómodos, lo cual redundara en beneficio de nuestros clientes.

Por otro lado, esta empresa se caracterizará por su responsabilidad y su compromiso con la calidad de los servicios prestados buscando generar confiabilidad y fidelidad brindando asesorías y paquetes completos que atiendan a las preferencias de los clientes. ofreciendo un momento único especial e inolvidable que toque las fibras de los festejados con el sonido de su canción favorita adicional como recordatorio para el anfitrión se entregara un código QR que través de una página, . (Diaz & Vargas Torres, 2021) le permitirá descargar desde su celular o computadora máximo diez fotos personalizadas de la celebración sin ningún costo, buscando que el cliente tenga una experiencia única e inolvidable y la celebración perdure en el recuerdo de sus seres queridos. (Diaz & Vargas Torres, 2021)

4.1.2 Beneficios

Momentos Mágicos brindará facilidad a los clientes en el momento de solicitar asesoría y lo podrá hacer desde la comodidad de la casa. Podrá conocer el catálogo de servicios y presupuestos. Con el apoyo y la creatividad de los colaboradores de momentos mágicos el cliente sorprenderá en su celebración por realizarse de una manera íntima y única ya que cada celebración se hace de manera personalizada.

La empresa ofrece paquetes completos para celebraciones pequeñas, pero donde se encontrará todos los servicios y detalles que hacen una celebración única permitiendo que los clientes vivan momentos mágicos e inolvidables.

De los beneficios que pueden encontrar con “Momentos Mágicos”, se destacan:

- Fortalecimiento de círculos familiares, sociales y laborales.
- Exhortación a las fechas especiales
- Una solución para cada ocasión
- Precios competitivos en el mercado

4.1.3 Clasificación

A continuación, se presenta la tabla de clasificación de la actividad en la que se clasifica el servicio de catering en Colombia.

Tabla 3

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades

Código	Descripción
5621	Catering para Evento

Fuente: DANE (2021)

De acuerdo con la clasificación internacional uniforme de las actividades económicas adaptadas para Colombia, el DANE clasifica al catering para eventos con el código 5621.

4.1.4 Asignación de la marca

Con esta marca la empresa busca satisfacer las necesidades de esa demanda insatisfecha que no encuentra en la ciudad de Ibagué quien celebre esos pequeños momentos especiales. A través de las celebraciones realizadas, se busca generar un momento único e inolvidable que toque las fibras del festejado y de sus invitados. Generando un ambiente optimo que trasmita alegría, pero a la vez tranquilidad de que todo lo propuesto para ese momento se realizara de la mejor manera. Momentos mágicos es un momento único e inolvidable.

4.1.4.1. Nombre

Momentos Mágicos busca generar experiencias únicas con el fin de generar emociones y sensaciones en los consumidores cada momento vivido es único por tanto se debe hacer inolvidables.

4.1.4.2 Logotipo

Figura 3

Logotipo de Momentos Mágicos



Fuente: Creación de las autoras 2021

El logo está diseñado con colores llamativos, con el fin de generar impacto en los consumidores. de acuerdo con la revista de psicología Online. El rosa es un color emocional e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos, transmitiéndonos así afecto, amor y protección. Por tanto, nos aleja de la soledad y nos transforma en personas sensibles. El rosa es un color derivado del rojo, pero mitigado por la pureza del blanco (online, 2021) por lo mencionado anteriormente el color rosa es lo más llamativo que tiene el logo de momentos mágicos. los globos representan un símbolo de alegría, de celebración y de fiesta, y en forma de corazón reflejan Amor, cariño, ternura con la que celebra ese momento mágico y el hexágono fue escogido por que dentro de la psicología representa; perfección, unidad, sinergia, trabajo, sabiduría (Marketig, 2021). que es lo que desea transmitir la empresa a la hora de celebrar un momento mágico como su nombre lo indica. Su eslogan busca generar confianza en sus posibles clientes hacerlo por ti genera la tranquilidad de estar con los mejores organizadores de pequeñas celebraciones.

4.1.4.3 Servicio de apoyo

La empresa para garantizar éxito en la gestión empresarial tendrá en cuenta la aplicación de aspectos relacionados con calidad del servicio, con el fin de dejar excelente imagen con los clientes.

4.1.4.4 Garantía

Momentos mágicos realizará contrato escrito donde acredite y asegure la calidad del servicio durante el tiempo de la celebración, esto con el fin de garantizarle al cliente la efectividad de la garantía en caso de incumplimiento por parte de la empresa.

Durante el periodo de garantía se subsanará cualquier defecto en la prestación del servicio sin recargo alguno. La garantía solo tendrá efectividad durante el desarrollo de la celebración, Para la validación de la misma, se hará necesario la revisión del contrato. En caso de presentarse incumplimiento por parte del cliente la garantía no será efectiva.

4.1.4.5 Servicio post

El objetivo de fidelizar al cliente e identificar oportunidades de mejora se realizará una llamada telefónica al día siguiente de ejecutada la celebración, donde se indagará al cliente sobre

su el nivel de satisfacción o inconformidad frente a la prestación del servicio y tomar las medidas correctivas que generen confianza en una futura prestación del servicio. De igual forma los contactos de los clientes reposaran en una base de datos que creara momentos mágicos para estar enviando a través de WhatsApp información de las promociones o actividades que realice la empresa. Igualmente, la empresa incentivara a los clientes a que hagan parte de las redes sociales y sigan la página Web para que conozca las actividades que se realizan de manera permanente y actualizada.

4.1.4.6 Ficha técnica del servicio

A continuación, se presenta la ficha técnica de los servicios de la empresa Momentos Mágicos.

Tabla 4

Ficha técnica del evento

Descripción	
Capacidad	La cantidad de personas será definida por el cliente.
Paquete Dorado	Es un evento que cumple con los factores más elementales y fundamentales para que una reunión sea agradable.
Cualidades	
Contiene	

Platos	Los platos son dos opciones.
Sonido	Ofrece los servicios de música idónea para celebrar acompañado de una canción en vivo para el anfitrión. (happy birthday o canción favorita)
Servicios	<ul style="list-style-type: none">• Meseros durante todo el evento• Acompañamiento de una canción en vivo para el anfitrión. (happy birthday o canción favorita)• Demás servicios solicitados por el cliente y que Momentos Mágicos pueda cumplir.
Decoración	<ul style="list-style-type: none">• Mantel de acuerdo a la temática.• Arco orgánico color deseado por el cliente.• Copa personalizada para el anfitrión.• Letrero feliz cumpleaños.
Ponqué	Ponqué envidado, masa blanca, combinada o negra.

Adicionales

10 fotografía gratis, las cuales se podrán descargar mediante código QR.

Serenatas, parranda vallenata, regalo sorpresa, entre otros servicios. Los cuales se tendrán disponibles si el cliente lo desea y asumen costos

4.2 Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto

El servicio de Catering se ubica en el sector de alimentación se ha posicionado como una fuente y creación de empleo que va en aumento constante Cada vez más, el sector del catering adquiere más protagonismo dentro del mundo de **la hostelería y la restauración. el Servicio** y atención personalizada marcar la diferencia con la competencia, modo de conclusión, las empresas dedicadas al catering viven una época de bonanza que conlleva un crecimiento económico gracias a la necesidad de crear puestos de trabajo especializados dentro del sector de la hostelería, para así dar respuesta a los nuevos mercados que demandan sus servicios (Randstad, 2021).

4.2.1 Sector y generalidades del sector

El servicio de catering hace parte del sector terciario del país y se refiere a la prestación del servicio de organización de eventos por parte de empresas especializadas. Muchas empresas de catering se han orientado a un modelo de negocio relacionado con la organización de eventos. No sólo se encargan de la preparación de alimentos, sino también de la decoración en general, de la disposición de las mesas, y de la iluminación. (Inventos, 2021) dentro de la prestación del servicio se tiene en cuenta los requerimientos del cliente para brinda mayor satisfacción. A continuación, se presentan las diferentes categorías que existen del servicio de catering. de acuerdo al estudio realizado por Laura castillo, Jorge zula y Luis Carrión en el estudio de mercado del servicio de catering para las empresas consep y conquisto el Ecuador que es referente para servicio que presta momentos mágicos (Laura castillo, 2016)

- **Catering social:** considerado el servicio de alimentos que se presenta fuera del lugar de producción en lugares escogidos por los clientes y muchos casos en sus mismos domicilios.
- **Cátering temático:** ofrece algo más que el social y es una temática de celebración
- **Catering corporativo:** es el servicio prestado a clientes que figuran con la denominación de la razón social de la empresa para la que se labora.

Cómo se evidencia existen diferentes clases de cátering pero, aunque diferentes, van orientadas a la misma prestación del servicio de organización de eventos ya sea de orden social o de orden corporativo.

4.2.2 Estadísticas del sector

El sector de catering para eventos en los últimos años ha tenido una participación representativa dentro del sector terciario del cual hace parte el servicio de catering. la dinámica del servicio consiste en proveer comida, bebidas y decoraciones a celebraciones de fechas especiales. El DANE en su informe técnico denominado Encuesta Mensual de Servicios EMS, tiene por objeto recopilar información importante para conocer el desempeño y aporte que hace el catering al desarrollo económico del país año a año. Se expone a continuación en un cuadro comparativo los resultados arrojados por la EMS entre los años 2020 y 2021 por el tipo de ingreso personal ocupado y salario desde enero hasta el mes de agosto.

Tabla 5.

Serie de índices de la Encuesta Mensual de Servicios, restaurantes, catering y bares.

Variable	Ingresos por servicios prestados	Ingresos por venta de mercancías	Otros ingresos operacionales	Ingresos totales nominales	Personal ocupado sin agencias ¹	Personal ocupado total ²	Personal permanente ^a	Personal temporal directo ^b	Personal temporal por agencias ^c	Salarios personal ocupado sin agencias ¹	Salarios personal permanente ^a	Salarios personal temporal directo ^b	Costos personal temporal por agencias ^c
Ene-20	97,7	109,6	59,8	97,5	98,0	97,5	102,7	91,0	88,6	104,1	102,4	106,1	102,9
Feb-20	94,3	92,5	62,0	93,9	98,7	98,0	102,5	93,0	86,2	103,2	103,1	102,4	103,9
Mar-20	66,4	78,1	65,2	66,7	98,6	97,1	100,6	95,5	70,6	96,1	96,1	95,3	102,8
Abr-20	33,2	83,9	25,2	34,2	94,7	91,4	96,2	92,5	30,3	70,9	69,6	73,2	105,0
May-20	42,3	68,8	31,7	42,8	90,7	87,6	92,8	87,6	31,5	73,5	72,4	75,2	98,5
Jun-20	49,4	92,8	26,7	50,1	86,6	83,8	89,4	82,5	32,3	79,9	78,6	81,6	110,8
Jul-20	50,9	102,9	26,2	51,7	83,1	80,5	84,5	81,1	31,5	84,8	84,2	85,5	116,9
Ago-20	56,7	118,1	28,9	57,7	81,2	78,8	82,3	79,7	34,5	86,7	86,9	85,8	121,1
Ene-21	74,8	81,4	41,4	74,5	81,5	80,6	82,3	80,5	63,1	101,6	102,7	99,4	120,0
Feb-21	78,7	86,0	41,4	78,3	81,1	80,5	82,7	78,6	69,6	102,7	104,4	99,0	114,2
Mar-21	95,7	108,3	47,0	95,3	83,6	83,0	83,6	83,6	72,2	100,2	100,9	98,7	115,6
Abr-21	74,0	93,6	47,1	74,1	83,4	82,9	83,0	83,9	75,0	102,1	102,1	102,2	115,8
May-21	88,4	94,9	52,5	88,1	82,0	81,9	81,5	82,8	79,5	100,8	101,2	100,2	103,5
Jun-21	102,6	110,2	54,9	102,2	83,1	83,5	82,3	84,5	89,4	105,7	107,4	103,0	104,9
Jul-21	110,8	119,5	59,6	110,4	85,3	85,9	84,8	86,1	96,9	105,2	106,1	103,7	101,6
Ago-21	112,2	114,5	87,6	111,9	88,0	87,9	87,9	88,0	87,5	107,0	108,1	105,0	117,6

Fuente: (DANE, Encuesta Mensual de Servicio EMS, 2021)

Como se evidencia en la tabla anterior el servicio de catering tuvo un incremento positivo del 86,5 en el 2021 a comparación de los ingresos del 2020. disminuyo en sus gastos operacionales en un 32,5 lo que puede evidenciar mayor organización o resultado de las limitaciones dejadas por la pandemia del COVID 19. ingresos totales para el 2020 -35,7 frente al 2021 con un 48,6% se presenta la Variación anual del personal ocupado por tipo de contratación en el servicio de catering en el 2020 frente al 2021. En comparación con el 2020 y pese a la crisis

ocasionada por el COVID 19 EL 2021 tuvo un aporte positivo del 8,3 por ciento solo refiriéndose al mes de agosto en personal ocupado sin agencias. un 11,6% personal ocupado en tus totalidades. personal ocupado permanente mente con un 6,8 % y un 10,5 en estado de temporal directo y 153,6 contador por agencias. lo que evidencia que el servicio de catering hace un aporte importante a la Generación de empleo en el país.

4.2.3 Estructura del mercado

La estructura de mercado determina el poder del mismo y su influencia sobre el precio esto es importante para determinar las estrategias en aras de un posicionamiento efectivo. Momentos mágicos estructura el servicio bajo los parámetros de la competencia imperfecta y el mercado Oligopólico porque es imposible tener la ausencia de competidores y son estos los que influyen de manera directa en el precio. La competencia imperfecta comprende una situación de mercado en donde el oferente o demandante cuenta con la capacidad de influir de forma significativa sobre los precios de los bienes y servicios. (Enciclopedia, 2021) por eso, su relación con el mercado Oligopólico. El oligopolio supone una situación de competencia imperfecta en la que un reducido número de empresas ofertan un producto o servicio, igual o similar, cuya utilidad para el consumidor final es casi idéntica, a pesar de los intentos por diferenciarse. (Gedescio, 2021). Momentos Mágicos basa sus estrategias de mercado bajo el conocimiento de la oferta de sus competidores para poder estar en el promedio de precios y servicios y de esta manera poder ser más asequible a la demanda y poder estar a la vanguardia del servicio en la ciudad de Ibagué.

4.3 Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto

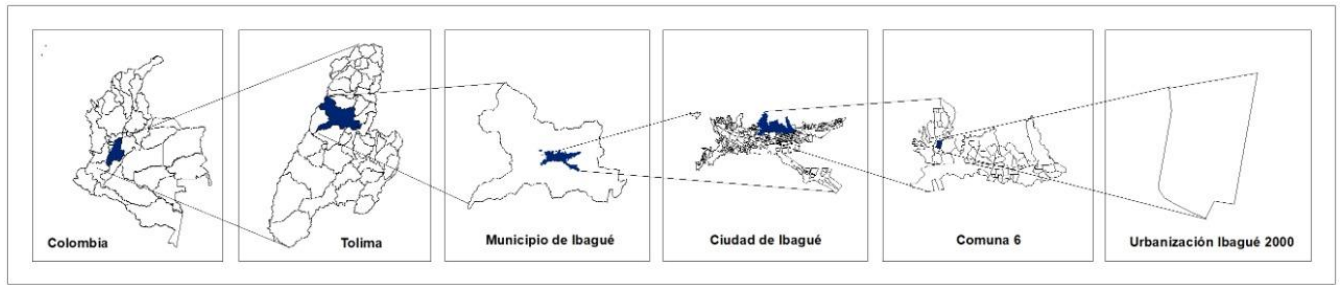
Momentos mágicos se ubicará en un lugar estratégico que le permita crecimiento y posicionamiento en el mercado de la ciudad de Ibagué ya que es esta la ciudad donde la empresa desarrollara su actividad. el lugar seleccionado para su desarrollo tuvo en cuenta los diversos aspectos positivos y negativos que podrán impactar la empresa. para esto se realizó un estudio que permitió analizar cada una de las variantes que más favorece a momentos mágicos y que por tal razón se escogió el barrio Ibagué 2000 como lugar estrategico para el crecimiento empresarial de la empresa.

4.3.1 Ubicación y zona de influencia

El proyecto se ubicará en el barrio Ibagué 2000 de la comuna 6 en la ciudad de Ibagué ubicada en el centro-occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes entre el Cañón del Combina y el Valle del Magdalena, en cercanías del Nevado del Tolima. Es la capital del departamento de Tolima. Se encuentra a una altitud de 1285 msnm; Fue fundada el 14 de octubre de 1550 por el capitán español Andrés López de Galarza, lo que la convierte en una de las ciudades más antiguas de América. Por ser una ciudad capital, alberga la Gobernación del Tolima, el Palacio de Justicia, el Palacio Municipal, la Asamblea Departamental, la Fiscalía General de la Nación, y es el principal epicentro político, industrial, comercial, cultural, financiero y turístico del departamento. (Tolima, 2021)

Figura 4

Localización.



Fuente: Autoras 2021.

La imagen anterior evidencia la localización del proyecto desde lo macro a lo micro partiendo desde Colombia país de origen con su departamento Tolima hasta mostrar a Ibagué y la comuna 6 en su urbanización Ibagué 2000.

4.3.2 Mercado proveedor

La siguiente tabla se presenta bajo la construcción del sistema de inteligencia de mercado en la figura de cliente incognito, donde se solicitó información de los servicios que oferta cada uno de los siguientes proveedores con servicios que hacen parte del portafolio “Momentos Mágicos”

Tabla 5

Identificación de proveedores

Proveedores de insumos	Proveedor de Servicios	Proveedores de bienes
Los Gómez piñatería:	Finca Villa Sofia: Espacio	El mobiliario.com: Tienda
Ubicado en la calle 16 con 2	campestre a 30 Minutos de	donde se encuentra toda

del municipio de Ibagué Ibagué, ubicado en la vía Totumo, clase muebles para el hogar venta al mayor y detal de con servicio de Hospedaje, y oficinas en variedad de artículos de piñatería, restaurante, piscina pasadía. diseños. Ubicado en carrera juegos didácticos y juguetería. 27 # 11-65 de la ciudad de Bogotá.

Gómez Importaciones:

Ubicado en la calle 16 # 1 – 02 de Ibagué cuenta con gran variedad de juguetería y piñatería además de tener una amplia gama de cosméticos nacionales e importados y accesorios para el hogar

Hotel Iguaima: Espacio

recreativo ubicado km 16 vía al nevado, con servicio de restaurante, hospedaje y salones para realización de eventos empresariales o de celebraciones de fechas especiales.

Homecenter: Tienda

especializada en materiales de construcción, decoración, muebles, herramientas ubicado sobre la carrera 5 # 48- 100 Ibagué Tolima

Bodegas ilusión Medellín:

Ubicado en la ciudad de Medellín especializado en la venta de piñatería empaques, cintas, globos, papeles y tarjetería.

Mirador del totumo:

Campamento-restaurante observatorio, espacio con mirador y servicio de pasadía con juegos a 15 Minutos de Ibagué En la vía que conduce al Totumo.

Todo tintas & suministro:

Es la empresa tecnológica más grande del departamento del Tolima. donde se encuentran: portátiles, computadores de mesa, impresoras, escáner, equipos de sonido video

vean entre otros. ubicado en el centro comercial la quinta de Ibagué.

Mercacentro: Es la cadena de supermercados más importantes del Tolima, hace 30 años cuenta con la mejor calidad y precios del mercado.

Hotel Calucayma: Hotel campestre ubicado en zona rural del municipio de Ibagué en el sector de Protecho, donde se presta servicio de hospedaje, restaurante, celebración de fechas especiales y cuenta con espacios recreativos.

Ferretería la Española: Empresa especializada en materiales de construcción ubicada en la Cra 5 # 22-27 de la ciudad de Ibagué.

Artesco S. A: Ubicado en la calle 17 # 3-78, empresa comercializadora de kits escolares, papelerías, tecnología, aseo y cafetería; con portafolio amplio y competitivo.

Claro: Empresa proveedora de telefonía móvil, internet y telefonía fija.

Tu carro.com: tu carro tienda online donde se pueden encontrar para la venta carros usados y nuevos con las mejores ofertas y promociones.

Panadería Morata: Panadería, y repostería ubicado en diferentes puntos de la ciudad de Ibagué.

Celsia: Proveedor del servicio de energía en la Ciudad de Ibagué

Panadería Holandesa: **IBAL S. A:** proveedor del servicio de acueducto y alcantarillado ubicado en el sector de la avenida Ambala.

ALTIPAL: Bodega Altipal ubicada en Ibagué. distribuidora de licores.

Don Pedro: Servicio de restaurante en el que se celebran eventos especiales y se encuentran diferentes platos tanto ejecutivos como a la carta.

La fábrica: Ubicado en Prados del Norte del municipio de Ibagué ofrece gran variedad de licores.

Tiendas DYD: Ofrece detalles, desayunos sorpresas artículos personalizados, anchetas, arreglos florales ubicado en el barrio viveros de la ciudad de Ibagué

De acuerdo al proceso realizado bajo el sistema de inteligencia de mercado los anteriores proveedores son quienes proporcionan materiales insumos equipos, servicio y mano de obra las cuales cuentan con condiciones favorables de disponibilidad, garantía, condiciones de compra, calidad, infraestructura, seguridad, transporte de los productos y así asegurar el un flujo constante de adquisición de insumos requeridos y al más bajo costo, garantizado así la operatividad de la empresa tanto en calidad como en precio.

4.3.2.1 Matriz de precios de materias primas. La matriz de precios de materias primas que se presenta a continuación, se hizo bajo el sistema de cliente prospecto donde se solicitaron cotizaciones de los productos necesarios para la operación.

Tabla 6

Precios de materias primas

Producto	Proveedor	Unidad de medida	Precio
Vino tinto 750	Mercacentro	Mililitros	\$ 19,000
Cena	Doña María	Unidad	\$ 16,000
Pastel 250	Panadería morata	Gramos	\$ 15,000
Bebida refrescante	Mercacentro	Mililitros	\$ 6,800
Mantel	La Gómez mayorista	Unidad	\$ 2,500
Pasabocas	Doña María	Unidad	\$ 600
Dulces x 24	Mercacentro	Paquete	\$ 3,500

Platos temática	La Gómez mayorista	paquete	\$ 4,500
Globos x 30	La Gómez mayorista	Paquete	\$ 30,000
Servilletas	La Gómez mayorista	paquete	\$ 3,500
Pendón	La Gómez mayorista	Unidad	\$ 4,500
Serpentinas	La Gómez mayorista	Unidad	\$ 1,000
Tenedores temática	La Gómez mayorista	Paquete	\$ 1,700
Vela	La Gómez mayorista	Unidad	\$ 1,000
Vasos temática	La Gómez mayorista	Paquete	\$ 1,800
Copa personalizada	Tiendas DYD	Unidad	\$ 400
Copas	Mercacentro	Unidad	\$ 3,600

Fuente: Autoras 2021

Los precios aquí expuestos recolectados bajo el sistema de cliente prospecto le permitirá tener a momentos mágicos los mejores costos frente a la competencia. Pues dentro de los diferentes proveedores existentes en la ciudad de Ibagué estos son quienes ofrecen los mejores precios favoreciendo los costos del servicio que presara momentos mágicos.

4.3.3 Mercado distribuidor

Por su naturaleza Momentos Mágicos, contara con un canal de distribución directo, su finalidad es prestar un servicio personalizado al cliente, esto se logrará mediante un contacto permanente ya sea personal, telefónico o digital, con el objetivo de ahorrar tiempo y dinero en los clientes, puesto que contactamos de manera directa a los diferentes proveedores de productos y servicios.

4.4 Análisis de la oferta

Momentos Mágicos pretende determinar las condiciones del servicio teniendo en cuenta factores como el precio, competencia y disponibilidad en materias primas. Este estudio le permitirá a la empresa analizar la competencia, para diseñar estrategias de comercialización que fortalezca la ventaja competitiva y establecer un precio favorable para los consumidores.

4.4.1 Factores determinantes de la oferta

A continuación, se presenta el análisis de los factores determinantes de la oferta del servicio:

Tabla 7

Factores determinantes de la oferta

Factores determinantes	María juanita	Julián Guevara	Casa de eventos Revolution
Precio del servicio por parte de la	\$450.000	\$600.000	\$ 500.000
Competencia			
Ubicación	Torreón de Piedra pintada – Ibagué	Avenida Ambala con 27-44 esquina –Ibagué	Avenida Ambala – Ibagué.

Características del Servicio	Calidad, puntualidad y excelente servicio	Confianza, productos novedosos y versatilidad	Cumplimiento, calidad y confianza
-------------------------------------	---	---	-----------------------------------

Fuente: Autoras 2021.

La información expuesta anteriormente muestra los factores determinantes de la oferta, es determinante para Momentos Mágicos, el precio de las empresas competidoras favorece el crecimiento de la empresa pues sus costos superan los ofertados por momentos mágicos. por otro lado, hay ventaja competitiva en la ubicación ya que estas se encuentran ubicados en sectores que no tienen buena percepción en la ciudad. por otro lado, de acuerdo la investigación como cliente incognito María Juanita no cuenta con un espacio físico lo que le da una mayor ventaja a desarrollo de la empresa- los tres ofrecen servicio de calidad.

Mediante la recolección de información primaria, se obtuvo los precios del servicio por parte de la competencia, donde se evidencia que un paquete de celebración para 10 persona oscila en los \$ 400.000 pesos en adelante.

Tabla 8

Servicios sustitutos y precios

Bienes Sustitutos	Precios de los bienes Sustitutos
Celebración en restaurantes	\$350.000
Celebración en hotel	\$850.000

Celebración en cabaña	\$600.000
-----------------------	-----------

Fuente: Autoras 2021

Se identificaron como bienes sustitutos del servicio, las celebraciones en restaurantes, hoteles y cabañas, con precios que van desde los \$350.000 en adelante.

Tabla 9

Disponibilidad de insumos

Disponibilidad de insumos	Esta actividad cuenta con disponibilidad de insumos permanentes.
---------------------------	--

Fuente: Autoras 2021

Como último factor determinante se evidencia, que en la ciudad existe disponibilidad permanente de los insumos. Sin embargo, los precios pueden presentar variación de acuerdo a la dinámica del mercado.

4.4.2 Matriz de competidores

Se presenta la matriz de los competidores directos de Momentos Mágicos bajo el sistema de inteligencia de mercados con la figura de cliente incognito. Con el fin de identificar aspectos

relevantes que contribuyan a la creación de estrategias comerciales para el desarrollo de la empresa.

Tabla 10

Matriz de competidores

Nombre	María juanita	Julián Guevara tienda de eventos	Casa de eventos Revolution
Ubicación	Calle 57 número40A-56 Torreón de piedra pintada etapa 2 casa B-10,	Avenida Ambalá #27-44, La Granja, Ibagué, Tolima	Cra. 20 ##27-129, la granja
Servicio	Planeación de eventos, catering y decoración	Organización de Eventos, diseño de bodas y eventos empresariales	planeación y organización de todo tipo de evento social
Características del servicio	Calidad, puntualidad y excelente servicio	Confianza, productos novedosos y versatilidad	Cumplimiento, calidad y confianza
Estrategia de Mercado	A través de la página web le permite al cliente visualizar	Actualización constante de temas relacionados con el	Asesorías personalizadas y servicios novedosos.

información de los servicios. servicio y productos novedosos

Fuente: Autoras 2021.

Se evidencia como resultado de la construcción de la matriz de competidores que las tres empresas que representa la competencia directa de Momentos mágicos, aunque diferentes en su estructura prestan servicios similares que van encaminados a cumplir con la misma necesidad. Reforzando que momentos mágicos debe competir en el mercado con buen servicio de calidad, único y diferente, pero con un mejor precio.

4.4.3 Identificación de servicios sustitutos y servicios complementarios

A continuación, se expone de manera detallada los servicios que se consideran como sustitutos y complementarios para el servicio objeto del proyecto.

Tabla 11

Servicios sustitutos y complementario

Servicios Sustitutos	Servicios Complementario
Celebraciones Restaurantes: servicio de alimentación y espacio para decorar de manera personalizada.	Acompañamiento musical serenatas de acuerdo a la preferencia musical del cliente:

Celebraciones Hoteles: Prestan el servicio de alimentación-restaurante, hospedaje, piscina, bar y diferentes actividades de recreación.

Celebraciones Cabañas: ofrece servicio de hospedaje, restaurante en ambiente campestre fuera de la ciudad.

Festejos en Glamping: hospedaje, restaurante, turismo de naturaleza, jacuzzi

Coreografías: presentaciones artísticas de baile enfocada a los gustos de los clientes, en las diferentes modalidades de baile, géneros y ritmos.

Viaje: en la actualidad los viajes como regalos de fechas especiales se incrementaron, por lo que se organizan los viajes la reservación la compra de paquetes de servicio turístico.

Detalle: De acuerdo a lo solicitado por el cliente se apoya en la compra de detalles para regalar a la persona que se le celebra una fecha especial

Fuente: Autoras 2021

Con cada uno de los servicios expuestos anteriormente los clientes podrán llevar a cabo la celebración de sus fechas especiales como servicio sustituto de momento mágicos, pues cada uno de los mencionados también forman parte de la organización de celebraciones la empresa Sin embargo y las celebraciones en estos lugares mencionados como sustitutos prestan el servicio de único y diferente como lo puede llegar a prestar momentos mágicos. La línea de prestación del servicio de estos sustitutos no varía en detalles es generalizado y poco personalizada de acuerdo a la investigación realizad como cliente incognito.

4.5 Análisis de la demanda

Mediante este análisis se pretende conocer la demanda de los consumidores frente a los servicios prestados por momentos mágicos. Este, permitirá realizar diversas estrategias de promoción del servicio para obtener los resultados esperados en las metas propuestas.

4.5.1 Mercado objetivo

De los 501.991 habitantes ubicados en el casco urbano del municipio de Ibagué, Momentos Mágicos tiene como población objetivo a los 436.622 hombres y mujeres con edades de los 15 años en adelante, ubicados en los diferentes estratos sociales que tiene la ciudad. Con preferencias dirigidas a las celebraciones de fechas especiales y con capacidad de compra. (Alcaldía Municipal de Ibagué , 2020)

4.5.2 Perfil del consumidor

Se expone a continuación el perfil del consumidor de los servicios que presta la empresa Momentos Mágicos.

Tabla 12

Perfil del consumidor de Momentos Mágicos

Perfil del consumidor



Genero:	Hombres, Mujeres u otros.
Edad:	En edades de los 15 años en adelante.
Ubicación:	Ubicados en la cabecera urbana de la ciudad de Ibagué.
Estrato:	Dirigido a todos los estratos sociales.
Ocupación	Momentos Mágicos no tendrá en cuenta la ocupación de sus clientes.
Preferencia de celebraciones:	Clientes con preferencia a la celebración de pequeños momentos especiales.
Gustos:	Con gustos únicos que encuentren en momentos especiales la personalización de sus celebraciones.

Poder adquisitivo: Podrán acceder a los servicios cualquier persona en edades de los 15 en adelante que tengan poder adquisitivo.

Fuente: Autoras 2021.

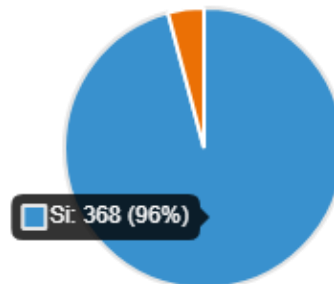
Como se evidencia en la imagen anterior el perfil del consumidor de los servicios que presta momentos mágicos son hombres y mujeres en edades de los 15 años en adelante de los diferentes estratos sociales ubicados en la cabecera municipal con capacidad adquisitiva sin tener en cuenta su ocupación, pero si teniendo en cuenta su preferencia y gustos a la hora de realizar una celebración de pequeños momentos especiales.

4.5.3 Proyección de demanda potencial a 10 años

Para hallar los demandantes potenciales, se analiza la pregunta realizada en la encuesta, ¿Si existiera en Ibagué una empresa dedicada a la organización de celebración de esos pequeños momentos especiales? adquiriría sus servicios?, donde el 96%, respondieron que si y un 4%, no tomaría el servicio.

Figura 5

Representación gráfica grado de aceptación, según encuesta aplicada



Fuente: Autoras 2021

Teniendo en cuenta que existen variables en el mercado que afectan la disposición de compra, se realiza el grado de aceptación ajustado, eliminando el índice de tasa de desempleo y agregando el crecimiento del PIB, con el objetivo de conocer los demandantes potenciales. A continuación, se aplica la fórmula:

Tabla 13*Valores de referencias*

Ref	Concepto	Valor
TD	Tasa de desempleo	19,8%
PIB	% Producto interno bruto	17,6%
DP	Disposición de compra	96.0%
PO	Población objetiva	436.622
CP	Crecimiento de población	1.10%

Fuente: Autoras 2021 (DANE, 2021)

$GA: \text{Disposición de Compra} * (1 - TD) + \%PIB$

$GA: 0,96 * (1 - 0,198) + 0.176$

$GAA: 94,59\%$

Conociendo el grado de aceptación ajustado, se aplica la siguiente fórmula para hallar los demandantes potenciales y se proyecta, teniendo en cuenta la variación poblacional.

$DP: \text{Poblacion objetivo} * GAA$

$DP: 436.622 * 0.9459$

$DP: 413.001$

Tabla 14

Demandantes potenciales

AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
413.001	417.544	422.137	426.780	431.475	436.221	441.019	445.871	450.775	455.734

Fuente: Autoras 2021.

Los demandantes potenciales de Momento Mágicos son 413.001, para realizar la proyección de los demandantes se aplica la variable crecimiento de población 1,10% (ver tabla 14). Dichos demandantes son habitantes del casco urbano del municipio de Ibagué, pueden ser novios, esposos, amigos y familiares, que deseen tener experiencias únicas e inolvidables al momento de celebrar fechas especiales.

4.5.3.1 Resultados validación de encuesta

A través de la implementación de la prueba piloto, se aplicó 15 personas, con el fin de medir el alcance de cada una de las preguntas; buscando la recopilación exacta de información que permitirá medir la aceptación del proyecto “Momentos Mágicos”

4.5.4 Proyección de ventas a 10 años.

Las ventas estimadas de Momentos Mágicos se establecen a partir del análisis de las siguientes variables: demandantes potenciales, para el caso son 413.001 y frecuencia de compra, según encuesta aplicada es dos veces al año tomando el dato más cercano a la realidad.

Teniendo en cuenta que en el mercado existes competidores con los cuales de vamos a operar, se realiza un ajuste a los demandantes potenciales, para conocer los servicios a prestar.

Tamaño del Proyecto = Demandantes potenciales X frecuencia

Tamaño del Proyecto = 413.001 X 2

Tamaño del Proyecto = 826.002

Al total de demandantes potenciales, es decir 826.002, se le aplica la limitante de competidores para conocer qué porcentaje de participación se tendrá en el mercado.

De acuerdo a todos los competidores que existe en la ciudad de Ibagué, según (Camara de Comercio, 2021) son 66 empresas inscritas baja actividad catering para eventos, es decir; empresas que prestan servicios similares a los de momentos Mágicos, la empresa tiene como objetivo captar por lo menos el 1% del total de la demanda.

Tamaño del Proyecto = 826.002

Tamaño Real del Proyecto = 826.002 x 0,01

*Tamaño Real del Proyecto = **8.260***

Momentos Mágicos en el primer año de operación prestará **8.260** servicios a un precio de \$ 335.160.

Tabla 15

Ventas en el primer año de operación

Concepto	Valor
Precio	\$ 335.160
Servicios a Prestar	8.260
Total Ventas	\$ 2.768.421.600

Fuente: Autoras 2021

Tabla 16

IPC proyectado

Año	IPC
2016	5,75%
2017	4,09%
2018	3,18%
2019	3,80%
2020	1,61%

Promedio **3,69%**

Fuente: Autoras 2021

Tabla 17

Proyección de ventas a 10 años

Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
\$ 2.768.421.600	\$ 2.870.576.357	\$ 2.976.500.625	\$ 3.086.333.498	\$ 3.200.219.204
Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
\$ 3.318.307.292	\$ 3.440.752.831	\$ 3.567.716.611	\$ 3.699.365.354	\$ 3.835.871.935

Fuente: Autoras 2021

La tabla anterior muestra la proyección de las ventas de Momentos Mágicos a 10 años.

4.6 Precio

El fijar precio del servicio a ofertar es de vital importancia para alcanzar los objetivos de las empresas. Para establecer el rango del precio adecuado se analizará los costos de producción, los valores cobrados por la competencia y promedio de precios que están dispuestos a pagar los consumidores según encuesta aplicada.

Tabla 18

Precio del paquete dorado

Precio	Valor
Costo de producción	\$ 279.300
Unidad	
Margen de utilidad	20%

Precio **\$ 335.160**

Fuente: Autoras 2021

El método de fijación de precio establecido para “Momentos Mágicos”, para inmersión de mercados, es el precio por debajo del promedio de la competencia, teniendo en cuenta que las alianzas estratégicas con los proveedores, permiten obtener materiales con excelente calidad y buen precio.

4.6.1 Precio de venta de la competencia

A continuación, se encontrarán los precios del servicio de la competencia directa, esta información se obtuvo aplicando el sistema de inteligencia de mercados bajo la figura de cliente incognito.

Tabla 19

Matriz precio y características de los competidores

Nombre	María juanita	Julián Guevara tienda de eventos	Casa de eventos Revolution
Precio del Servicio	\$ 400.000	\$600.000	\$ 500.000
Servicio	Paquete de celebración de	Paquete de celebración de	Paquete de celebración de

Características del servicio	cumpleaños para 10 personas	cumpleaños para 10 personas	cumpleaños para 10 personas.
	Contiene:	Contiene:	Contiene:
	Cena (1 opción de menú)	Cena (2 opciones de menú)	Cena (1 opciones de menú)
	Vino tinto1 botella	Vino tinto1 botella	Vino tinto1 botella
	Torta de media libra	Torta de media libra	Torta de media libra
	Decoración	Decoración	Decoración
	Bebidas naturales	Bebidas naturales	Bebidas naturales
	Pasabocas (sencillo)	Pasabocas (perros y hamburguesas mini)	Postre

Fuente: Autoras 2021

Se puede observar que el precio en el mercado de la competencia varía entre un 20% y 33%, aun cuando ofrece servicios similares. Este precio varía de acuerdo al número de invitados, horas de duración, lugar y tipo de acontecimiento.

4.6.2 Estimación de gastos asociados a la prestación de un servicio

La información expuesta a continuación en la estimación de gastos asociados a la prestación del servicio de Momentos Mágicos se recolecto bajo el sistema prospecto de consumidor.

Tabla 20*Paquete dorado para 10 personas*

Descripción del paquete	Unidad Medida	cantidad	Precio	Total
Vino tinto 750	Mililitros	1	\$ 19.000	\$ 19.000
Cena	Unidad	10	\$ 13.000	\$ 130.000
Pastel 250	Gramos	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Bebida 1000	Mililitros	2	\$ 4.500	\$ 9.000
Mantel temático	Unidad	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Pasabocas	Unidad	15	\$ 1.000	\$ 15.000
Dulces x24	Paquete	1	\$ 4.800	\$ 4.800
Platos temática	Paquete	1	\$ 3.200	\$ 3.200
Arco orgánico	Unidad	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Servilletas	Paquete	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Pendón	Unidad	1	\$ 2.800	\$ 2.800
Serpentinas	Unidad	2	\$ 3.000	\$ 6.000
Tenedores temática	Paquete	1	\$ 1.700	\$ 1.700
Vela	Unidad	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Vasos temática	Paquete	1	\$ 1.800	\$ 1.800

Copa personalizada	Unidad	1	\$	4.000	\$	4.000
Copas	Unidad	9	\$	2.800	\$	28.000
Total:					\$	279.300

Fuente: Autoras 2021

Teniendo en cuenta los precios del mercado proveedor se realiza la estimación de los gastos asociados a la prestación del servicio de momentos mágicos donde se aprecia que el total del paquete a ofertar a precio de costo se estima es doscientos setenta y nueve trescientos pesos \$ 279.300. Lo que denota una ventaja competitiva en precios frente a la competencia.

4.6.3 Gastos de producción total

El costo total del proyecto, comprenden el costo de producción, más los gastos de operación. A continuación, se describe detalladamente el costo total de 8.260 paquetes del proyecto.

- **Costo de producción:**

Tabla 21

Materias primas

Materiales	Unidad de medida	cantidad	Precio	Total
-------------------	-------------------------	-----------------	---------------	--------------

Vino tinto 750	Mililitros	1	\$ 19.000	\$ 19.000
Cena	Unidad	10	\$ 13.000	\$ 130.000
Pastel 250	Gramos	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Bebida 1000	Mililitros	2	\$ 4.500	\$ 9.000
Mantel temática	Unidad	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Pasabocas	Unidad	15	\$1.000	\$ 15.000
Dulces x 24	Paquete	1	\$ 4.800	\$ 4.800
Platos temática	Paquete	1	\$ 3.200	\$ 3.200
Globos x 30	Paquete	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Servilletas	Paquete	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Pendón	Unidad	1	\$ 2.800	\$ 2.800
Serpentinas	Unidad	2	\$ 3.000	\$ 6.000
Tenedores temática	Paquete	1	\$ 1.700	\$ 1.700
Vela	Unidad	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Vasos temática	Paquete	1	\$ 1.800	\$ 1.800
Copa personalizada	Unidad	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Copas	Unidad	10	\$ 2.800	\$ 28.000
Total Costo Unitario				\$ 279.300
Unidades a producir		8.260		
Costo total Anual				\$ 2.307.018.000

Fuentes: Autoras 2021.

Las unidades de paquetes estimadas a vender en el primer año son **8.260** tienen un costo total de materias primas de \$ **2.307.018.000**.

- **Gastos de operación**

Dentro de los gastos de operación se encuentran los gastos administrativos, de distribución y financiamiento. En las siguientes tablas se encuentra el detalle de cada gasto.

Tabla 22

Gastos Administrativos

Personal	Cantidad	Remuneración Mensual	Valor Anual
Gerente	1	\$ 3.360.160	\$ 40.321.925
Asistente	4	\$ 2.065.807	\$ 99.158.736
Decorador artistico	1	\$ 2.454.113	\$ 29.449.360
Total			\$ 168.930.021
Asesorías Contables y Financieras		\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
Casino y Restaurante		\$ 500.000	\$ 6.000.0000
Total Gastos			\$ 204.930.041

Fuente: Autoras 2021.

Los gastos administrativos en los que incurre Momentos Mágicos para operar el primer año tiene un costo de \$ 204.903.041.

Tabla 23

Gastos de servicios públicos

Tipo de Servicio	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Energía	KWZ	50	\$ 900	\$ 4.5000	\$ 540.000
Plan de Telecomunicaciones	unidades	1	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Agua	m3	30	\$ 800	\$ 24.000	\$ 288.000
Total				\$ 169.000	\$ 2.028.000

Fuente: Autoras 2021

El servicio público para el funcionamiento de la empresa en su primer año es \$2.028.000.

Tabla 24

Costos de distribución

Concepto	Precio Mensual	Precio Anual
Soat	\$ 37.500	\$ 450.000
Tecno mecánica	\$ 19.167	\$ 230.000
Mantenimiento	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Combustible	\$ 450.000	\$ 5.400.000
Plan de datos + voz	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Transporte de mobiliario	\$5.000.000	\$ 60.000.000
Talonarios	\$ 40.000	\$ 480.000
Total	\$5.866.667	\$ 70.400.000

Fuente: Autoras 2021

Para llegar hasta los clientes y prestar los servicios Momentos Mágicos, tendrá gastos de distribución por \$ 70.400.000.

Tabla 25

Otros gastos

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo Anual
Arriendo	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
Dotaciones	6	\$ 200.000	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000

Agenda	2	\$ 12.000	\$ 24.000	\$ 288.000
Resma de hojas	1	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 180.000
Resaltador	6	\$ 3.500	\$ 21.000	\$ 252.000
Lapiceros	12	\$ 1200	\$ 14.400	\$ 172.800
Marcadores	4	\$ 1.500	\$ 6000	\$ 72.000
Borrador	4	\$ 500	\$ 2.000	\$ 24.000
Tinta para impresora	2	\$ 150.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Gel antibacterial	5	\$ 25.000	\$ 125.000	\$ 1.500.000
Alcohol Desinfectante	5	\$ 25.000	\$ 125.000	\$ 1.500.000
Tapabocas	4	\$ 8.000	\$ 32.000	\$ 384.000
Limpia vidrios	10	\$ 12.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Honorarios – Aseo	5	\$ 50.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Cintas	4	\$ 4.500	\$ 18.000	\$ 216.000
Total			\$ 4.720.400	\$ 44.644.800

Fuente: Autoras 2021.

El total los otros gastos de operación de la empresa son de \$ 44.644.800.

Tabla 26

Costo de financiamiento del proyecto

Concepto	valor
Crédito banco BBVA	\$ 54.148.800
Plazo años	5

Tasa de interés E. A	10,69%
Tasa nominal del crédito	10,20%

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 27

Financiamiento del proyecto.

Plazo	Inicial	Interés	Abono a capital	Cuota	Saldo
0					\$ 54.148.800
1	\$ 54.148.800	\$ 5.522.870	\$ 8.834.296	\$ 14.357.166	\$ 45.314.504,32
2	\$ 45.314.504	\$ 4.621.822	\$ 9.735.344	\$ 14.357.166	\$ 35.579.160,61
3	\$ 35.579.161	\$ 3.628.873	\$ 10.728.294	\$ 14.357.166	\$ 24.850.867,06
4	\$ 24.850.867	\$ 2.534.647	\$ 11.822.519	\$ 14.357.166	\$ 13.028.348,44
5	\$ 13.028.348	\$ 1.328.818	\$ 13.028.348	\$ 14.357.166	\$ -
Costo de Financiamiento		\$ 17.637.030			

Fuente: Autoras 2021.

Los costos totales del proyecto son \$129.273.277 de los cuales \$54.148.800 se va a financiar con un crédito en el Banco BBVA, con tasa efectiva anual de 10,69% a un plazo de 5 años, esta financiación tendrá un costo total de **\$ 17.637.030.**

A continuación, se relacionan los costos totales del proyecto en el primer año de operación.

Tabla 28

Costos totales

Costo	Valor Anual
Costos de producción	\$ 2.307.018.000
Gastos de Operación	\$ 341.685.841
<i>Gastos de administración</i>	\$ 204.930.041
<i>Gastos de Distribución</i>	\$ 70.400.000
<i>Arrendamiento</i>	\$ 30.000.000
<i>Servicios Públicos</i>	\$ 2.028.000
<i>Adecuaciones e Instalaciones</i>	\$ 12.171.000
<i>Dotación de personal</i>	\$ 2.400.000
<i>Gastos de Papelería</i>	\$ 4.732.800
<i>Elementos de Aseo</i>	\$ 4.440.000
<i>Elementos de Bioseguridad</i>	\$ 3.384.000
<i>Publicidad</i>	\$ 7.200.000
Gastos No Operacionales	\$ 5.522.870
<i>Gastos de Financiamiento</i>	\$ 5.522.870
Total Costo	\$ 2.654.226.711

Fuente: Autoras 2021

- **Costo total** =Costos de producción + gastos de operación.
- $Costo\ total = 2.307.018.000 + 347.208.711$
- $Costo\ total = 2.654.226.711$

Se proyectan vender **8260** paquetes, que tiene un costo total de **\$ 2.654.226.711.**

4.6.4 Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta)

Con el fin de conocer cuál era el rango de precio que los consumidores estaban dispuestos a pagar por un servicio se realizó la siguiente pregunta ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de pequeños eventos especiales?, donde las personas indican que están dispuestas a pagar como rango máximo \$ 3.000.000 y mínimo \$180.000 al promediar se obtiene un precio de 314.595, para cada paquete.

4.6.5 Asignación de precio

Momentos Mágicos estable el precio del servicio por debajo del promedio de la competencia, teniendo en cuenta que las alianzas estratégicas con los proveedores, permiten obtener materiales con excelente calidad y buen precio. Otro factor relevante al momento de establecer el precio fue el valor promedio que está dispuesto a cancelar cada consumidor según encuesta aplicada, para este caso el precio promedio fue de \$ 314. 595. Posteriormente se realiza el análisis de las variables para así llegar a determinar el precio.

4.6.6 Punto de equilibrio

Es aquel momento en el que la empresa no genera ni pérdidas ni ganancias, es decir, el punto en que los ingresos totales de Momento Mágicos son igual a sus costos totales, para esto es necesario hallar el número de servicios a prestar. A continuación se expone la información requerida para hallar el punto de equilibrio:

Tabla 29

Punto de equilibrio.

Costo

Costo de Distribución	\$ 70.400.000
Servicios a prestar	8.260
Costo por unidad	\$ 8.523
Materia Prima	\$ 2.307.018.000
Unidades a vender	8.260
Costo Unitario	\$ 279.300
Costo Variable Unitario	\$ 287.823

Costos fijos

Salarios	\$ 198.930.041
Servicios	\$ 2.028.000
Arriendos	\$ 30.000.000
Otros gastos	\$ 22.228.800
Total Costos Fijos	\$ 253.186.841

Fuente: Autoras 2021.

P: \$ 335.160

Cvu: \$ 287.823

CF: \$ 253.186.841

$$PxU - Cvc - CF =$$

$$\$335.160X - \$287.823 - \$253.186.841 = 0$$

$$\$47.337X = \$ 253.186.841$$

$$X = \$253.186.841/(\$ 47.337)$$

$$Q_e = 5.349$$

Comprobando:

$$\text{Ventas (P x Q)} = \$335.160 \times 5.349 = \$ 1.792.638.017$$

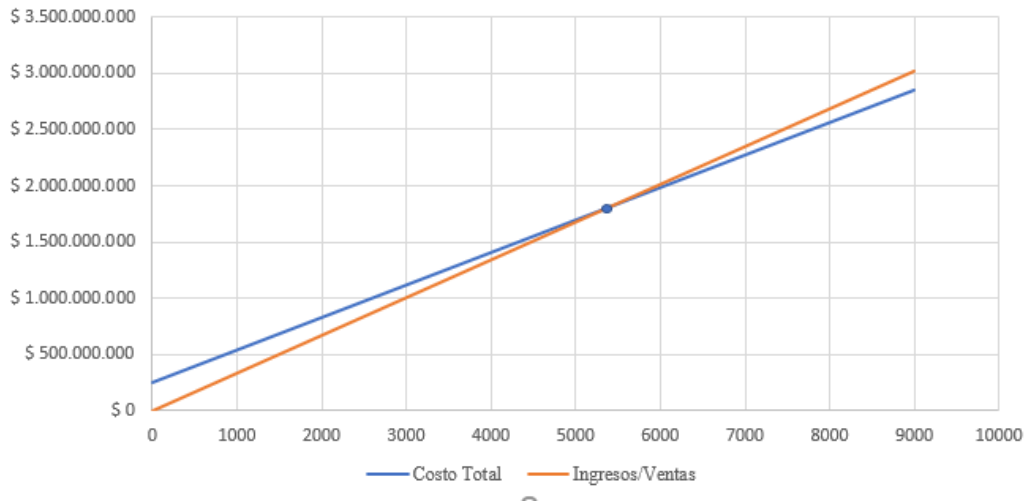
$$(-) \text{ C.V (Cvu x Q)} = \$ 287.823 \times 5.349 = \$ 1.539.451.176$$

$$(-) \text{ C.F} = \$ 253.186.841$$

$$\text{Utilidad Neta} = 0$$

Figura 6

Punto de equilibrio momento mágicos



Fuente: Autoras 2021.

Momento Mágicos debe de prestar **5.349** servicios para obtener el punto de equilibrio.

4.7 Promoción y distribución

Momentos mágicos ideara propuestas creativas e innovadoras con el objetivo de dar a conocer la empresa y causar un impacto positivo en la mente de los consumidores, para lo cual se hace necesario diseñar campañas publicitarias agresivas para dar a conocer los servicios de la empresa. A través de la presentación del portafolio de servicios, anuncios publicitarios, publicaciones de fotografías de los eventos realizados y transmisión en vivo para la inauguración. Debido a su naturaleza la empresa contará con un canal de distribución directo, brindando un servicio personalizado, con una entrega del servicio cara a cara.

4.7.1 Canales de comunicación

Se emplearán los siguientes canales de comunicación:

- Página web contará con todo el portafolio de servicios y se actualizará con cada evento realizado. (<https://tiendasdydooficial.wixsite.com/website>)
- Red social Facebook e Instagram, como medio que permite conocer los gustos y preferencias de los clientes a través del perfil de cada usuario.
(<https://www.facebook.com/Momentos-Magicos-105588068000855>)
- WhatsApp Business, este es un medio rápido y eficaz de llegar al consumidor final.
- Aplicaciones como zoom, meet y teams.

4.7.2 Fuerza de ventas

Para cumplir con su misión empresarial Momentos Mágicos describe el perfil del vendedor que requiere para cumplir con las metas establecidas y los objetivos enmarcados en la misión y la visión de la empresa en la siguiente figura se describe el perfil del vendedor que se requiere para la fuerza de venta.

Tabla 30

Perfil del vendedor, fuerza de venta

<p>Perfil del vendedor</p>	<p>Actitudes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Compromiso • Determinación • Entusiasmo • Paciencia • Sinceridad
<p>El vendedor de Momentos Mágicos posee un conjunto de cualidades integrales</p>	<p>Habilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Saber escuchar • Ser amable • Saber Dialogar • Captar la necesidad del cliente • Discreción



Habilidades para las ventas	<ul style="list-style-type: none">• Encontrar Clientes• Cultivar una buena relación con el cliente• Retroalimentar a la empresa
Conocimiento de la empresa	<ul style="list-style-type: none">• Conocer la misión, la visión las políticas.
Conocimiento de los servicios	<ul style="list-style-type: none">• Conocer los servicios las características ventajas y beneficios.
Conocimiento del mercado	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de los clientes actuales, competidores precios y ofertas del mercado.

Fuente. Autoras 2021

Todo aquel personal vinculado a la empresa debe cumplir con el perfil de vendedor que se menciona en el grafico anterior pues todo este personal deberá contar con habilidades integrales que le permitan a la empresa crecer posesionarse en el mercado. se resalta que el

gerente de la empresa es el directo responsable de la fuera de venta sin embargo todos los vinculados deben cumplir con el perfil de vendedor pues deben tener el conocimiento tanto de los servicios como de las políticas de la empresa enmarcados en un relacionamiento con el cliente de manera respetuosa, amable sincera y honrada por mencionar alguna de las características. momentos mágicos tendrá un personal integral a la hora de captar nuevos clientes y mantener los ya fijos.

4.7.3 Estrategia publicitaria

La estrategia publicitaria que aplicará la empresa se desarrollará por medios digitales, mediante el uso de las redes sociales buscando interactuar con el usuario a través de imágenes sobre distintos servicios de eventos sociales y promociones que se realicen, de la misma manera conocer gusto y preferencias de los clientes para futuras propuesta de servicios. El sistema de estrategias por las cuales se registrará momentos mágicos es la que se enmarca en la estrategia comparativa ya que estas tratan de mostrar las ventajas que tiene el servicio prestado frente a la competencia. De posicionamiento porque uno de los objetivos de la empresa es dar a la empresa un lugar en la mente del consumidor. De igual forma para estar vigente actualizada y a la vanguardia también usará la estrategia de imitación pues tendrá en cuenta las actividades desarrolladas por la competencia, aunque solo se tomara las cosas que se consideran positivas para el desarrollo de la misma. Y como se mencionaba anteriormente promocionales por que realizara estrategias para mantener e incrementar la demanda del servicio y de atracción por q a traves de los canales de comunicación se estimule al cliente a la compra del servicio. (Ieda, 2021)

4.8 De la encuesta

La encuesta es una investigación que se realiza bajo una muestra representativa de sujetos con la intención de obtener mediciones cualitativas y cuantitativas de ciertas actividades.

Momentos mágicos utiliza la encuesta para conocer los gustos, el poder de adquisición y las frecuencias con las que las personas celebran fechas especiales.

4.8.1 De la construcción del instrumento

El instrumento de recolección de información se construyó con 21 preguntas abiertas y cerradas con las que se pretende conocer los gustos y preferencias de futuros clientes potenciales. Las preguntas buscaban identificar aspectos como el género, para conocer quien consume más este servicio, conocer cuales fechas especiales son las más celebradas por los ibaguereños, para así poder saber cuánto son los montos mínimos y máximos que están dispuestos a pagar por la prestación del servicio y la frecuencia con la que estos celebran sus fechas especiales. Estas preguntas fueron un determinante importante para el desarrollo del estudio de mercado. En el anexo No.xx se podrán encontrar las diferentes preguntas realizadas que permitieron identificar las preferencias de los clientes a la hora de adquirir el servicio por parte de los encuestados.

A continuación, se presenta el link del formulario de encuesta realizado como el instrumento de recolección de información.

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=64W6sVOiZ0Se6NT47U3zAL0-iyb2VGRJjz4IrUHn9AxUOTVWWkpRUTE5M1VJMU9BUTVNRkVUUjk2MC4u>

4.8.2 De la validación del instrumento

El instrumento de recolección tuvo validación a través de una prueba piloto con el fin de medir si cada una de las preguntas recopilaban la información que se necesitaba para analizar la aceptabilidad del proyecto “Momentos Mágicos”. Esta prueba piloto se realizó a 10 personas en simultaneo a través de plataforma digital y arrojó como resultado que cada una de las preguntas relacionadas estaban en la capacidad de indicar el horizonte del proyecto, frente a la satisfacción de las necesidades del público objetivo como la proyección del servicio.

4.8.3 De la población total y la muestra

Como se mencionaba anteriormente este estudio se realiza a los habitantes del casco urbano la ciudad de Ibagué, según proyección último censo realizado por el DANE, en el 2018, la cabecera municipal cuenta con 501.991 habitantes, de los cuales 436.622, se encuentran en los rangos de edad de los 15 años en adelante, que serán la población objetivo del presente proyecto. (Alcaldía Municipal de Ibagué , 2020) Teniendo en cuenta lo anterior para obtener un resultado óptimo en el estudio de mercado, se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Nz_a^2pq}{e^2(N - 1) + z_a^2pq}$$

Para calcular el tamaño de muestra representativo para el estudio. Se calculó con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Y se reemplaza la formula a continuación

$$\frac{(436622)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(436622 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 383.8$$

Al reemplazar la formula se obtuvo como resultado de tamaño de la muestra es de 383.8 y se aproxima a 384 encuestas.

4.8.4 Resultados

Se presenta a continuación la información recolectada del instrumento aplicado a muestra 383.8 aproximado a 384 encuestas realizadas a hombres y mujeres en edad de 15 años en adelante ubicadas en la cabecera urbana del Municipio de Ibagué. se presenta el análisis de las respuestas más representativas para el desarrollo de la empresa y se anexa las respuestas completas con su respectivo análisis.

Figura 7

Género.



Fuente: Autoras 2021

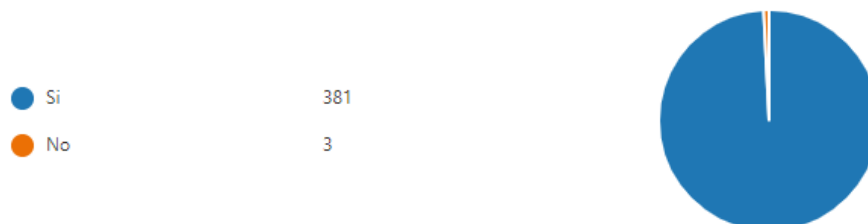
Se identifica que más del 50% de las personas encuestadas pertenecen al género femenino con un porcentaje del 69% razón por la cual se podría afirmar que los servicios que ofrece Momentos Mágicos tendría mayor demanda por parte del género femenino teniendo en cuenta que el género masculino ocupa solo un 31%.

Figura 8

1. *¿Celebra usted Momentos especiales?*

¿Celebra usted momentos especiales?

[Más detalles](#)



Fuente: Autoras 2021






El 99% de las personas encuestadas contestaron de forma positiva a la celebración de momentos especiales con esto se puede decir que la empresa tendría una gran acogida debido a que tendrá una buena demanda para la celebración de dichos momentos.

Figura 9

2. *¿Qué tipo de Momentos especiales celebra?*

¿Qué tipo de momentos especiales celebra?

[Más detalles](#)

 Cumpleaños	285
 Aniversarios	46
 Grados	22
 Cenas románticas	21
 Otras	10



Fuente:Autoras 2021

El 74% de los encuestados dan como referencia que los cumpleaños son de los momentos especiales que prefieren celebrar o la que más celebran, Esto referencia a que momentos mágicos podría enfocar su actividad principalmente en la celebración de cumpleaños. de igual forma se observa que las cenas románticas con solo un 5% y otras con un 3% son los momentos especiales menos celebrados por nuestros encuestados.

Figura 10

3. *¿con que frecuencia realiza usted celebración de eventos especiales?*



Fuente: Autoras 2021

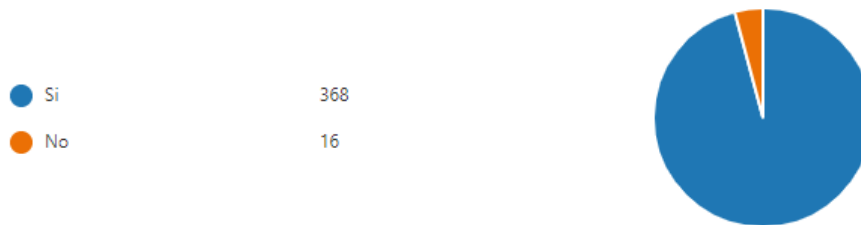
Un 48% de personas encuestadas afirma la frecuencia con que se realiza este tipo de celebraciones es trimestral lo cual lleva a concluir que trimestralmente se tendrá mayor demanda a la hora de la realización de dichos eventos especiales mientras que semanalmente con 1% nos indica que se tendrá un menor flujo de celebración.

Figura 11

4. *¿Si existiera en Ibagué una empresa dedicada a la organización de celebración de estos pequeños momentos especiales, adquiriría sus servicios?*

. ¿Si existiera en Ibagué una empresa dedicada a la organización de celebración de esos pequeños momentos especiales. adquiriría sus servicios?

[Más detalles](#)



Fuente: las Autoras 2021

Al observar que el 96% aseguraron que adquirirían los servicios de una empresa dedicada a la celebración de pequeños momentos especiales en Ibagué abre una gran posibilidad de que dicho proyecto puede tener una gran acogida por parte de los Ibaguereños y sea factible su creación sin temor de no contar con una gran demanda ya que gran parte de los encuestados no conoce empresas que presten este tipo de servicios

Figura 12

5. *¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de pequeños eventos especiales?*

14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de pequeños eventos especiales?

[Más detalles](#)

377
Respuestas

Respuestas más recientes

"210.000"

"600000"

"150 "

Fuente: Autoras 2021

En la pregunta anterior se realizó un análisis sobre las respuestas de los encuestados, para verificar cual es el precio que está dispuesto a pagar los clientes por el paquete dorado. El mayor valor que está dispuesto a pagar los clientes por el servicio es de \$ 3.000.000 y el precio menor es de \$ 50,000, al sacar el promedio, el precio que está dispuesto a pagar los clientes es de \$314.595.

4.8.5 Análisis de la información y conclusiones

Como resultado de la aplicación de la encuesta se analiza que el servicio ofrecido por Momentos mágicos cuenta con una demanda factible ya que el 99% de los encuestados celebra momentos especiales que es a lo que se dedica la empresa. se evidencio que del total de la población encuestada 264 son mujeres y 120 hombres. afirmando con esto que los servicios tendrían mayor demanda por parte de las mujeres pues del total de la población encuestada tiene el 69% en el momento de acceder al servicio. dentro de los servicios ofrecidos por la empresa con un 74% se destaca la celebración de cumpleaños por parte de los posibles futuros clientes dejando muy por debajo la oferta de los demás servicios como las cenas románticas, los grados, los aniversarios. este resultado le brinda una herramienta fundamental a momentos mágicos para

especializar el servicio que ofrece la hora de diferenciarse de la competencia y un más cuando de manera positiva la encuesta arroja que el servicio para realizar las celebraciones en el 48% de la población encuestada es trimestral factor importante para el sostenimiento y crecimiento de la empresa de acuerdo con el servicio el resultado de la encuesta arroja que las personas estarían a pagar en un promedio por una pequeña celebración de 314.595 pesos lo cual le permite a la empresa teniendo en cuenta la apreciación del cliente entrar con un precio de competencia en el mercado del catering cuando además el 96% de los encuestados respondió de manera positiva a la pregunta que si ¿Si existiera en Ibagué una empresa dedicada a la organización de celebración de estos pequeños momentos especiales, adquiriría sus servicios?. con este 96% de personas que accederían a que una empresa organizara la celebración de esos pequeños momentos especiales y al 99% de la población que celebra esos momentos se deduce que es factible crear una empresa encargada de celebrar pequeños momentos especiales en la ciudad de Ibagué.

5 Estudio tecnico.

En el estudio técnico se relacionan todos los aspectos técnico-operativos que propenden por la funcionamiento del proyecto y por el logro de la eficiencia, relacionado en el proceso de producción del bien o servicio.

5.1 Localización del proyecto

Momentos Mágicos realizo el estudio pertinente para poder ubicar el proyecto en una zona del municipio de Ibagué que ofrece los mejores beneficios, los mejores costos. Para eso se

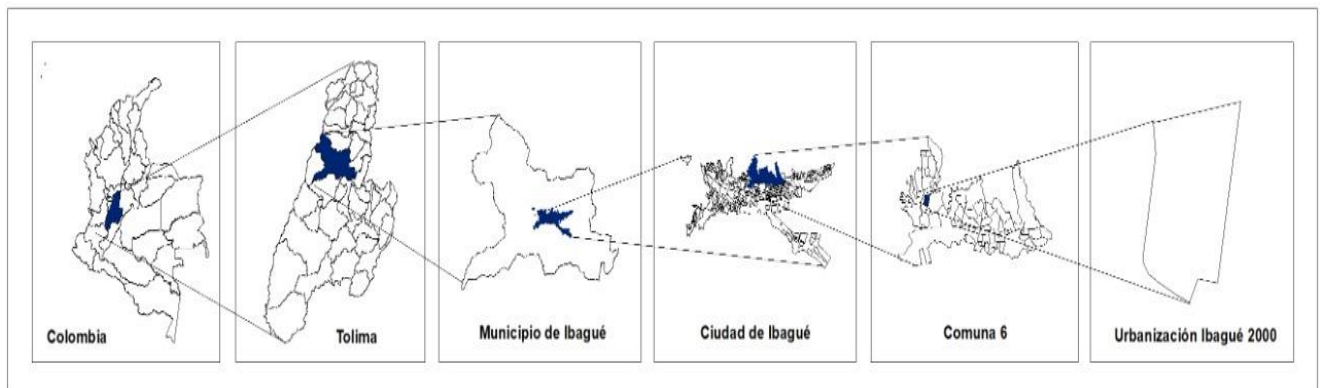
tuvo en cuenta todo el entorno que va desde lo social y humanitario hasta lo físico en infraestructura y lo económico en temas de acceso y disponibilidad desde lo micro hasta lo macro para poder determinar los aspectos que mayormente beneficiara el desarrollo de la empresa.

5.1.1 Macro localización

La empresa se ubicará en el centro-occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes entre el Cañón del Combina y el Valle del Magdalena, en el barrio Ibagué 2000 de la comuna 6 en la ciudad de Ibagué.

Figura 13

Macrolocalización



Fuente: Autoras 2021

La ciudad de Ibagué se ha caracterizado por las celebraciones folclóricas y musicales, es reconocida a nivel nacional por su gastronomía y por la posición estratégica, ya que se encuentra ubicada en el centro del país. Por ser la capital del departamento del Tolima, en la ciudad se

encuentran diversos restaurantes donde se podrán encontrar los platos más representativos de la región como son el Tamal, la lechona, el viudo de pescado y las achiras. También se encuentra dentro de la ciudad atractivos turísticos como son el Jardín Botánico, el parque centenario, la concha acústica Garzón y Collazos donde se celebra el tan importante festival folclórico colombiano como otro importante atractivo turístico y por el cual Ibagué recibe su nombre de ciudad musical de Colombia está el conservatorio del Tolima también se encuentra la catedral, la plaza de Bolívar, el Orquidiario y en la actualidad diversos miradores que resaltan la belleza natural del paisaje ibaguereño. Con este paisaje sea posicionado en Ibagué la zona picnic en el variante sector arboleda campestre que le permite a los ibaguereños al aire libre disfrutar de la naturaleza y celebrar fechas especiales. Estos lugares entre otros hacen de Ibagué una ciudad acogedora para propios y visitantes.

5.1.2 Microlocalización

Se presenta aquí la descripción de los tres barrios seleccionados para la ubicación del proyecto en la ciudad de Ibagué

- **El barrio Ibagué 2000** cuenta con un entorno de estratos 2, 3 y 4, con vías en buen estado y pavimentación en concreto, cuenta con alumbrado público, excelente servicio de transporte público, acceso a educación, salud y seguridad. Se proyecta como una zona de crecimiento poblacional y comercial debido a las grandes constructoras que han llegado a la zona. Además, de tener una ubicación muy adecuada que permite el fácil acceso esto

ha generado el desarrollo que diferentes tipos de negocio en el alrededor que atraen múltiples opciones de cliente.

- **Ciudadela Simón Bolívar:** este barrio se encuentra ubicado en la comuna 8 de la ciudad de Ibagué y es el sector más extenso de la comuna pues cuenta con etapas 1, 2 y 3 y los sectores oriental y sector Baltazar. este barrio fue creado para reubicar cerca de 300 familias que lo perdieron todo en la tragedia de armero. (El nuevo día, 2021). en la actualidad este barrio se identifica como poco seguro debido a sus constantes actos de robos que se presentan y por las invasiones que han realizado en el sector por parte de comunidad venezolana lo que lo hace que la percepción de seguridad no sea la más adecuada para el desarrollo del mismo.
- **Barrio Especial el Salado,** este barrio es conocido como el pueblito tolimense de la ciudad y como sector turístico debido a su diversidad gastronómica y paisajística que brinda a propios y visitantes actividades de esparcimiento. ubicado en la comuna 7 con un total de 112 sectores que lo conforman. el barrio el salado es de los sectores más alejados del centro de la ciudad, es considerado por muchas personas como zona rural. Es visto más como centro turístico por su ubicación y la percepción de seguridad tampoco es la más favorable para el desarrollo del proyecto.

5.1.2.1 Opciones de elección de ubicación.

Mediante la siguiente tabla se realiza análisis en el que se consideran varios factores de afectación y tres opciones de localización con el fin de definir cuál sería la ubicación más apropiada para el desarrollo del proyecto.

Tabla 31

Puntos de Localización

Ítem	Sectores
A	Ciudadela Simón Bolívar
B	Ibagué 2000
C	Salado

Fuentes: Autoras 2021

Para el análisis se tomaron como referencia tres barrios de la ciudad de Ibagué, el primero es el barrio ciudadela Simón Bolívar, el nivel de estratos es 1 y 2, de alta afluencia comercial, por otro lado, está el barrio Ibagué 2000, en su entorno encuentra estratos 2, 3 y 4, con proyección en crecimiento poblacional y comercial y por último está el barrio salado, ubicado en la comuna 7, es un sector altamente comercial y cuenta con diferentes servicios y proveedores. Esto teniendo en cuenta que son lugares que no requieren un alto costo de operación y permiten

una fácil movilización, ya que los eventos no se desarrollan en un lugar específico si no que varían de acuerdo a las necesidades del cliente.

Las opciones de localización mencionadas, están ubicadas en lugares estratégicos de la ciudad, en la que se analizaran aspectos macro y micro, económicos, legales, ambientales, regionales y culturales, con el fin de encontrar la ubicación estratégica.

5.1.2.2 Elección de ubicación.

✓ Ponderación de factores

Se hizo un análisis de varios factores separados en micro -localización y macro-localización, con el fin de saber cuál sería la ubicación más idónea para tener el punto de atención. las 3 opciones cuentan con lo requerido para el montaje de la empresa.

Tabla 32

Factores de macrolocalización

Factores	A	B	C
Comportamientos y tendencias del mercado	5	5	3
Origen disponibilidad de materias primas	4	4	3

		97	
Políticas fiscales y financieras	4	4	4
Condiciones hidrogeológicas y ambientales	3	4	4
Disponibilidad de Servicios Públicos	2	2	3
Seguridad	1	5	1
Total	18	19	17

Fuente: Autoras 2021

✓ **Análisis de cada factor Vs Alternativas**

• **Comportamiento y tendencias de mercado:**

- ✓ **Opción A:** En el barrio Simón Bolívar se desarrolla un alto comercio tanto formal como informal, cuenta con un estrato entre 1, 2 y 3 lo que nos hace ver que el mercado de eventos pequeños que ofrecemos no sería tan aceptado debido a los costos que este genera.

- ✓ **Opción B:** El barrio Ibagué 2000 cuenta con un entorno de estratos 2, 3 y 4 además de tener una ubicación muy adecuada que permite el fácil acceso esto ha generado el desarrollo de diferentes tipos de negocio en el alrededor que atraen múltiples opciones de cliente.

- ✓ **Opción C:** El barrio el salado cuenta con un gran mercado, pero está enfocado en cosas típicas y autóctonas de la región como la comida esto no se relaciona con lo que tenemos pensado para el negocio.

- **Origen y disponibilidad de materias primas:**
 - ✓ **Opción A:** Este factor se tomó en cuenta para el análisis, aunque en realidad no es influenciador de la decisión final, ya que depende más de la disponibilidad de los proveedores para llevar los materiales o para desplazarse a los sitios del evento.

 - ✓ **Opción B:** La ubicación estratégica de esta opción facilita el acceso de los proveedores lo que garantiza la disponibilidad de materiales y facilidad en el desplazamiento a los distintos lugares de eventos.

 - ✓ **Opción C:** El barrio salado presenta variedad en producto de comidas típicas, pero para disponer de materiales, presenta problemas por la distancia que hay en relación a la ubicación de los proveedores.

 - ✓ **Políticas fiscales y financieras:**

Para todo el territorio en la ciudad de Ibagué aplican las mismas políticas fiscales y financieras por lo tanto no es un punto a tener en cuenta en el análisis.

✓ **Condiciones Hidrogeológicas y ambientales:**

- ✓ **Opción A:** En el barrio simón bolívar cuenta con poco entorno ambiente además de estas bastante poblado, tiene escasos espacios públicos y zonas verdes lo que hace las condiciones ambientales menos agradables.
- ✓ **Opción B:** El barrio Ibagué 2000 está rodeado de zonas verdes además de tener vista a las montañas que enmarcan la ciudad, también está ubicado geográficamente a una altura mayor que la de las opciones A y C lo que brinda un clima más agradable para el desarrollo del proyecto.
- ✓ **Opción C:** el Barrio el salado tiene un paisaje y entorno agradable para los visitantes, pero el clima es más caluroso que en las otras dos opciones lo que hace que no sea una ubicación agradable para tener una oficina o local.

✓ **Disponibilidad de servicios públicos:**

- ✓ **Opción A:** El barrio simón Bolívar cuenta con un buen servicio de energía y gas domiciliario pero el servicio de agua es muy intermitente esto debido a la falta de un acueducto que logre solventar las necesidades por la alta cantidad de población que se encuentra allí.

- ✓ **Opción B:** El barrio Ibagué 2000 cuenta con un bueno servicio de energía y gas domiciliario además el servicio de agua es muy bueno debido a que el sector tiene un acueducto privado que se dedica a suplir las necesidades.

- ✓ **Opción C:** En el barrio el salado se presenta un buen servicio de energía y gas domiciliario, pero al igual que la opción A presenta un servicio intermitente y deficiente de agua.

Una vez se realiza a ponderación en el sector macro, se procede a realizar la ponderación de la micro localización.

Tabla 33

Factores de microlocalización

Aspectos	A	B	C
Regulaciones Legales	4	4	4

Infraestructura de transporte (Accesibilidad)	2	5	4
Disponibilidad de mano de obra	3	4	3
Cultura regional	3	4	4
Comunicaciones	3	5	3
Servicios complementarios y redes de apoyo (Policía)	3	5	4
Costos y disponibilidad de terrenos	4	4	3
Afectación de entorno (Seguridad)	3	5	3
Total	25	36	28

Fuente: Autoras 2021.

✓ **Análisis de cada factor Vs alternativa**

El análisis de los factores versus las alternativas es una herramienta que le permitirá a la empresa conocer cuáles son los riesgos y cuales los beneficios de todos aquellos factores que regulan el sector de las alternativas propuestas para el desarrollo de momentos mágicos. Seguido a esto se expone el análisis de cada factor Vs alternativa.

✓ **Regulaciones legales:**

Las regulaciones legales aplican en todo el territorio de la ciudad de Ibagué por lo tanto este factor no influye en la decisión.

✓ **Políticas de control ambiental:**

Las políticas de control ambiental no aplican en el ámbito de los eventos ya que los mismos se realizan en lugares específicos por lo tanto esto no influencia la localización del local adicional a esto las regulaciones son las mismas para cualquier zona de la ciudad excepto las que conservación ambiental enunciadas en el plan de ordenamiento territorial.

✓ **Infraestructura de transporte (accesibilidad):**

✓ **Opción A:**

En el barrio simón bolívar existe una cobertura de transporte adecuada, aunque en algunas horas del día como la noche la seguridad no es la más adecuada, adicional la distancia del barrio conforme a los lugares importantes de la ciudad es más larga y hace que el tiempo de desplazamiento sea más complicado.

✓ **Opción B:**

El barrio Ibagué 2000 cuenta con una cobertura de transporte publico bastante eficiente lo que facilita el acceso al mismo, adicional geográficamente está ubicado casi en el centro de la ciudad y cercano a todos los lugares importantes de la ciudad.

✓ **Opción C:**

El barrio el salado cuenta con una cobertura de transporte público muy completa además es un sitio de alta afluencia de público debido a lo que ofrece como turismo aun así está bastante alejado ya que se ubica a las afueras de la ciudad esto no lo hace muy conveniente para un negocio del tipo de eventos que requiere que la gente tenga una accesibilidad más cercana.

✓ **Disponibilidad de mano de obra:**

La localización del local u oficina realmente es irrelevante en este punto teniendo en cuenta que la mano de obra es decir los proveedores y empleados es requerida y contratada para el momento del evento y esta debe desplazarse hasta el lugar del mismo sin importar la ubicación que tenga, aun así, escogimos el lugar que se encontraba geográficamente mejor ubicado con el fin de permitir una accesibilidad y tiempo de desplazamiento más corto.

✓ **Cultura regional:**

La cultura regional es la misma en todo la ciudad y departamento para el negocio en específico lo que debemos tener en cuenta es la forma en que la gente celebra sus momentos especiales para así ofrecerles una opción adecuada.

✓ **Comunicaciones:**

La cobertura de señal telefónica e internet es estable para los tres sectores analizados.

✓ **Servicios complementarios y redes de apoyo (policía, bomberos.):**

todos los sectores de la ciudad cuentan con cobertura de servicios complementarios y redes de apoyo sin embargo la opción B por la ubicación central es más cercana a las estaciones de bomberos, policía local entre otros lo que genera un tiempo de respuesta a emergencias más corto, adicional los servicios como supermercados y bancos están a una distancia de desplazamiento más corta.

✓ **Costo y disponibilidad de terrenos:**

Dentro de la programación para el negocio no está pensada la adquisición de terrenos aun así el sector inmediato al barrio Ibagué 2000 cuenta con más disponibilidad de lotes en caso que se requiera a diferencia de los otros dos que cuentan con una alta densidad poblacional y altos índices de construcción dejando pocas opciones disponibles y por lo tanto más costosas.

✓ **Afectación del entorno (seguridad):**

Los puntos A y C tienen un problema de seguridad con mayor énfasis en las horas de la noche que hace que el acceso sea un poco más complicado.

Después de realizar los análisis la ponderación de la localización, se procede a evaluar la alternativa.

Tabla 34

Ponderación de resultados

Factores de Análisis	Alternativa	Alternativa	Alternativa
	A	B	C
Macro localización	18	19	17
Micro localización	25	36	28

Total	43	55	45
--------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Autoras 2021

De acuerdo a lo analizado la calificación más alta la obtuvo la opción B que corresponde al barrio Ibagué 2000. Se decidió que el proyecto debe desarrollara en el barrio Ibagué 2000, dirección Manzana B casa 1, esto de acuerdo a los resultados arrojados con el análisis anterior. pues este sector cuenta con cobertura de transporte publico bastante eficiente lo que facilita el acceso al mismo, adicional geográficamente está ubicado casi en el centro de la ciudad y cercano a todos los lugares importantes de la ciudad como la alcaldía municipal, la Gobernación del Tolima. de la misma manera es el sector con la mejor percepción de seguridad y con excelente acceso a servicios con una especial atención en el servicio de agua ya que el barrio cuenta con acueducto privado. ventaja frente a las demás opciones que sufren la constante pérdida del servicio en las épocas de lluvia. su ubicación geográfica hace que el acceso se mas fácil para los clientes potenciales.

5.2 Proceso de producción

El proceso de producción que realizara momentos mágicos va encaminado al cumplimiento del servicio que oferta la empresa. las actividades que se desarrollan en el proceso de producción se realizaran con la mejor calidad enfocado siempre a la satisfacción del cliente. el proceso de producción que desarrolla parte de la necesidad del demandante para poder brindar un servicio personalizado, único e irrepetible.

5.2 .1 Descripción del proceso de prestación del servicio

El proceso de producción de momentos mágicos inicia con la planificación del evento del servicio requerido por el cliente. iniciado desde la promoción del servicio hasta captar de manera concreta lo que el cliente desea ver en esa celebración. en este primer encuentro con se deben discutir los temas relevantes como temática (decoración), cantidad de asistentes, lugar donde se desea realizar el evento, alimentación, bebidas y acompañantes. el previo conocimiento de los temas relevantes facilita la compra de las cantidades correctas de los elementos requeridos para llevar a cabo una celebración, conocer lo que el cliente desea le permite al equipo de trabajo de momentos mágicos conocer en qué lugar de los aliados estratégicos se puede realizar el evento que cumpla con las expectativas de los demandantes cuando estos no desarrollan la actividad en su propia casa. de la misma forma permite estimar el tiempo requerido para la actividad y la programación del personal necesario para desarrollar un evento de calidad especial y único.

El menú debe desarrollarse según las características otorgadas por el consumidor, pero siempre orientados por el personal de momentos mágicos que le permita al cliente no salir de presupuesto y obtener lo mejor con calidad.

El proceso de prestación del servicio de la empresa esta desarrolla de la siguiente forma:

- ✓ Contacto con el cliente en el cual se da la información al cliente.
- ✓ Se identifica la necesidad del cliente
- ✓ Posteriormente se realiza la cotización y descripción del servicio a contratar.
- ✓ Cliente está de acuerdo con el presupuesto
- ✓ Ajuste de cotización
- ✓ Aprobación de la cotización

- ✓ Identificar los insumos para el desarrollo del evento
- ✓ Adquisición de materiales
- ✓ Realización del evento especial
- ✓ consumidor Limpieza y recolección de los desechos
- ✓ Servicio post venta
- ✓ Recomendación por parte del cliente.



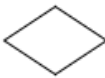

El proceso de producción de momentos mágicos brinda un paquete estándar sin embargo este sujeto a modificaciones de acuerdo a las necesidades del cliente y a su poder adquisitivo.

5.2.2 Diagrama de flujo prestación del servicio

A continuación, se expone el diagrama de flujo con el que momentos mágicos desarrolla su proceso de producción para poder ofrecer un servicio de calidad orientado siempre a la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

Figura 14

Diagrama de flujo de operación

Descripción de las operaciones					Observaciones
Contacto con cliente	●			●	Se realiza el contacto
Identificación de necesidad del cliente		●		●	Se identifica con claridad la necesidad del cliente
Realización de cotización		●		●	Se propone la cotización
El cliente está de acuerdo con el presupuesto			●	●	Continua el proceso ya que el cliente está de acuerdo
Identificar los insumos para el desarrollo del evento		●		●	Se identifican los insumos
Adquisición materiales		●		●	Se adquieren los materiales
Realización del evento		●		●	Realización del evento
Limpieza y recolección de los desechos		●		●	Respectiva limpieza
Servicio post venta		●		●	Servicio post venta
Recomendación por parte del cliente	●				Manera de demostrar su satisfacción con el servicio.
TOTAL:	2	7	1	9	19

Fuente :Autoras 2021

Como se describe anteriormente el diagrama de flujo de momentos mágicos expone el paso a paso del proceso de producción que va desde la planeación en el acercamiento con cliente, la materialización del servicio en compra de insumos, la realización del evento, y el post venta, no solo desde el contacto después de terminado el evento si no a la hora de terminar en el punto físico la celebración. el diagrama de flujo orienta a los colaboradores de momentos mágicos hacer ordenados y a distribuir las tareas para poder brindar al consumidor un excelente servicio.

5.2.3 Tecnología para el desarrollo del proyecto

A continuación, se describen los elementos necesarios para poder desarrollar las actividades de momentos mágicos. la tecnología en este proyecto es de vital importancia, aunque el desarrollo de la actividad no requiere mayor nivel de inversión en la misma. sin desconocer la importancia de siempre adquirir lo elementos que permitan en el proceso de producción desarrollar mejor y más fácil la actividad en harás de invertir menos tiempo y menos personal.

Tabla 35

Balance de maquinaria y equipo

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Maquinaria			
Inflador Eléctrico	8	\$ 75.000	\$ 600.000
Total maquinaria			\$ 600.000
Equipo			
Letrero madera	10	\$ 100.000	\$ 1.000.000
Platos llanos	100	\$ 4.500	\$ 450.000
Arco de metal	15	\$ 25.000	\$ 375.000
Porta botella	15	\$ 30.000	\$ 450.000
Tenedores De acero	100	\$ 3.800	\$ 380.000

Copas para agua	100	\$ 3.000	\$ 300.000
Copas para vino	100	\$ 3.200	\$ 320.000
Bases decoración x 3	10	\$ 24.000	\$ 240.000
Bases Cilindros	10	\$120.000	\$ 1.200.000
Bases en circulo	5	\$ 35.000	\$ 175.000
Mantel de tela	30	17.000	\$ 510.000
Servilletas de tela	100	\$ 5.000	\$ 500.000
Forro sillas	100	\$ 7.000	\$ 700.000
Total			\$ 6.600.000

Muebles y enseres

Escritorio de oficina	3	\$ 420.000	\$ 1.260.000
Sillas escritorio	3	\$ 180.000	\$ 540.000
Sillas Samba	100	\$ 30.000	\$ 3.000.000
Mesa de 2 metros	15	\$ 272.000	\$ 4.080.000
Silla de espera	3	\$ 125.000	\$ 375.000
Sofá de Espera	2	\$240.000	\$480.000
Total			\$ 9.735.000

**Equipo de cómputo y
comunicación**

Cámara Canon EOS-80	2	\$ 4.750.000	\$ 9.500.000
Computador Acer 4 GB	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
Impresora	2	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
Xiaomi Redmi 9T 4G	3	\$ 660.000	\$ 1.980.000
Total			\$ 20.680.000
Sandero 2013	1	\$ 17.000.000	\$ 17.000.000
Total balance			\$ 54.615000
maquinaria y equipo			

Fuente: Autoras 2021.

La tecnología usada para la prestación del servicio de Momentos mágicos es media no implica mayor uso de tecnología avanzada. aparte de la que se obtiene a través de los celulares, el vehículo de transporte, los equipos de cómputo requeridos y el servicio de internet o de conectividad para los canales de comunicación y promoción.

5.2.4 Descripción de personal para el proceso de servicio

Cumplir con los principios de la organización es de suma importancia para la empresa, por lo que se considera necesario definir el perfil y la responsabilidad del cargo con las que los colaboradores realizaran su actividad dentro de la empresa.

Tabla 36*Descripción del personal para el proceso de prestación del servicio*

Cargo	Perfil	Descripción del cargo
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Título en carreras administrativas. • experiencia en el cargo de 3 años • liderazgo 	Es el encargado de realizar actividades de servicios al cliente, establecer estrategias de promoción, realizara las aprobaciones de presupuestos y compras.
Asistente	<ul style="list-style-type: none"> • estudiante universitario de carreras administrativas 	Estará encargado de manejar los canales de comunicación, realizar cotizaciones de productos y servicios, elaboración de contratos del servicio, planeación, dirección y monitoreo del evento.
Decorador artístico	<ul style="list-style-type: none"> • con estudios en decoración y logística 	Es el encargado de realizar la decoración, organización del evento, maestro de ceremonia.

Fuente: Autoras 2021

El personal descrito anteriormente permitirá a la empresa desarrollar las actividades necesarias para desarrollar un excelente servicio, cada uno de los cargos fueron creados para que aportara al crecimiento y cumplimiento de metas de la empresa.

5.2.5 De la planta

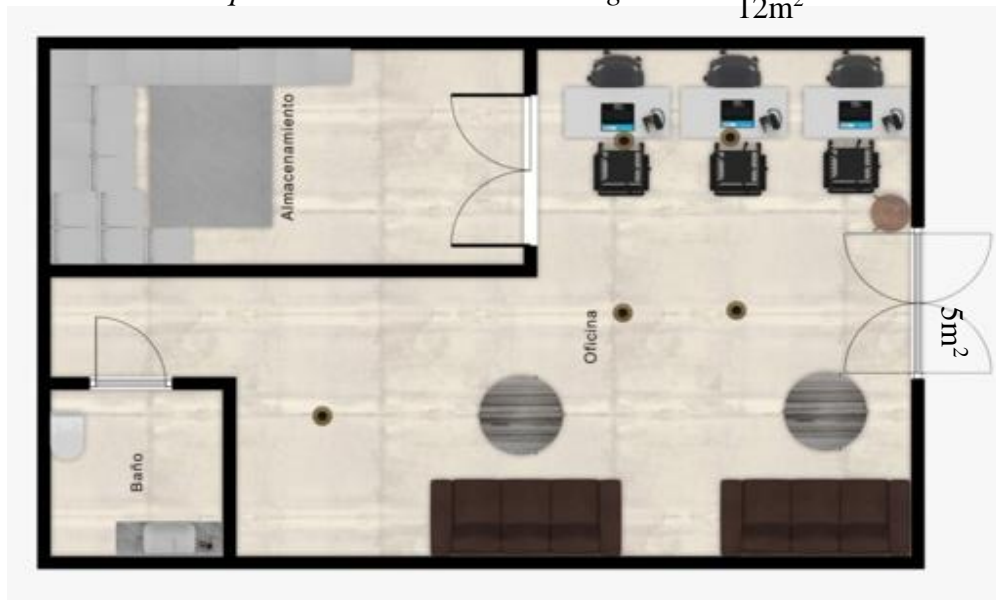
Las instalaciones de Momentos Mágicos se ubicarán en el centro de la ciudad de Ibagué en el barrio Ibagué 2000 de la comuna 6. El lugar seleccionado para llevar a cabo el proceso de comercialización de momentos mágicos cuenta con todos los requerimientos técnicos y adecuaciones necesarias para desarrollar las actividades que requiere el servicio.

5.2.5.1 Distribución de la planta.

A continuación, se presenta el plano que visualiza la forma en la que está distribuida las diferentes áreas de la empresa.

Figura 15

Distribución arquitectónica de Momentos mágicos



Fuente: Autoras 2021

Como se evidencia en el plano Momentos Mágicos cuenta con un área de 12 metros de fondo por 5 metro de frente, para un área total de 60 m², distribuidos de la siguiente manera: oficina, cuenta con tres escritorios, tres sillas y su respectivo equipo de cómputo. También se encuentra la sala de espera, esta consta de, dos sofás, donde se ubicará el personal que trabaja en la empresa para atender al público. Además, cuenta con una bodega de almacenamiento, donde reposaran los elementos que permiten la prestación del servicio.

Momentos mágicos no realiza los eventos de celebración de pequeños momentos especiales en esta planta por esta razón lo que se visualiza en el plano cuenta con los espacios requeridos para desarrollar la parte comercial y de promoción pues las celebraciones se realizan ya sea en la casa de los clientes o en los distintos lugares que escoja el cliente; ya sea un restaurante, una finca un salón de eventos entre otros.

Obras físicas de adecuación. Las instalaciones donde se ubicará Momentos Mágicos, cuentan con las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad que se realizará en el punto físico. la planta física no requiere de obras de infraestructura para su adecuación el local donde se instalará momentos mágicos cuenta con las condiciones físicas ideales y no réquiem ningún tipo de intervención ni adecuación.

5.2.5.3 Valoración de las obras físicas

El área total del local en el cual tendrá el sitio físico Momentos Mágicos es 60 mt², y el valor de la adecuación es de \$ 12.171.000. En la siguiente tabla se especifica cada valor.

Tabla 37

Balance de Adecuaciones

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Pintura bodega de almacenamiento	m2	45	\$ 65.000	\$ 2.925.000
Pintura en baños	m2	24	\$ 95.000	\$ 2.280.000
Total				\$ 5.205.000
Balance en adecuaciones administrativas				
Pintura y estuco en oficina	m2	102	\$ 8.000	\$ 816.000

116

Detalle de Pared	m2	30	\$ 120.000	\$3.600.000
Pisos con Luces	m2	30	\$ 85.000	\$ 2.550.000
Total				\$ 6.966.000
Total Adecuaciones				\$ 12.171.000

Fuente: Autoras 2021

Se realiza contrato a todo costo, el maestro es encargado de entregar el local en condiciones óptimas para el funcionamiento.

5.2.6 Control de calidad y seguridad industrial

Momentos Mágicos implementará como política de calidad generar satisfacción y confianza en sus clientes, teniendo siempre presente que su visión es ser una empresa de catering con reconocimiento en la ciudad de Ibagué. la organización basara su política de calidad en lo contemplado en la política de calidad ISO 9001 y para conseguirlo establece dentro de su policita los siguientes parámetros:

- **Productos**

- ✓ Productos (paquete dorado, plata y bronce. Paquetes completos para celebraciones de cumpleaños, grados, anuncio de compromiso, aniversario y todo tipo de celebración especial. con la más elevada calidad en la utilización de materias primas.
- ✓ Distinción por la creatividad en el momento de desarrollar la actividad.

- ✓ otorgar al cliente información de forma clara y en el marco de la legalidad.
- **Instalaciones de Momentos Mágicos**
 - ✓ Higiene y seguridad en la planta de funcionamiento de la empresa y los lugares donde se desarrollen los eventos.
- **Servicio de Momentos Mágicos**
 - ✓ Eficiencia y eficiencia
 - ✓ Elevados Controles higiénico-sanitarios desde recepción de materias primas hasta entrega al cliente

Esta política de calidad está basada en el compromiso de la mejora continua de la empresa, estableciendo un estricto control en todo el servicio de catering prestado a sus clientes. la empresa será la encargada de socializar entre sus colaboradores la política de calidad en aras de llevar a momentos mágicos a cumplir con las metas propuestas de posicionamiento como una empresa de calidad en servicio de catering en la ciudad de Ibagué.

5.2.7 Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha

A continuación, se presenta la inversión requerida para que Momentos Mágicos desarrolle su actividad en las mejores condiciones y con calidad necesaria para la prestación de un excelente servicio.

Tabla 38

Resumen inversión

Concepto	Valor
Maquinaria	\$ 600.000
Equipo	\$6.600.000
Muebles y enseres	\$ 9.735.000
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 20.680.000
Vehículo	\$ 17.000.000
Balance en adecuaciones	\$ 12.171.000
Total inversión	\$ 66.786.000

Fuente: Autoras 2021.

El total de inversión para que la empresa inicie sus actividades es de **\$66.786.000.**

5.2.7.1 Arrendamiento del lugar de operación.

La empresa tomará en arriendo un local en la manzana B casa 1 del barrio Ibagué 2000 ubicado en el centro de la ciudad, por un canon mensual de \$2.500.000, este sitio cuenta con todos los servicios público, por su ubicación es de fácil acceso y cuenta con buen servicio de transporte público está ubicado en un entorno tranquilo con buena imagen para el cliente.

5.2.7.2 Inversión en maquinaria

Tabla 39

Balance de maquinaria y equipo

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Maquinaria			
Inflador Eléctrico	8	\$ 75.000	\$ 600.000
Total maquinaria			\$ 600.000

Fuente: Autoras 2021

La tecnología usada para el desarrollo de la prestación del servicio de Momentos Mágicos es media no implica mayor uso de tecnología avanzada. La adquisición de maquinaria tiene un costo de \$ 600.000.

5.2.7.3 Inversión en obras físicas

A las instalaciones de Momentos Mágicos solo se le realizara mantenimiento de pintura, estuco y pisos, por un valor de \$ 12.171.000.

Tabla 40

Costos de adecuaciones

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Pintura bodega de almacenamiento	m2	45	\$ 65.000	\$ 2.925.000
Pintura en baños	m2	24	\$ 95.000	\$ 2.280.000
Total				\$ 5.205.000
Balance en adecuaciones administrativas				
Pintura y estuco en oficina	m2	102	\$ 8.000	\$ 816.000
Detalle de Pared	m2	30	\$ 120.000	\$3.600.000
Pisos con Luces	m2	30	\$ 85.000	\$ 2.550.000
Total				\$ 6.966.000
Total Adecuaciones				\$ 12.171.000

Fuente: Autoras 2021.

5.2.7.4 Resumen inversión

La inversión total para la puesta en marcha de Momento Mágicos es \$66.786.000. A continuación, se realiza la descripción.

Tabla 41

Resumen inversión

Concepto	Valor
Maquinaria	\$ 600.000
Equipo	\$6.600.000
Muebles y enseres	\$ 9.735.000
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 20.680.000
Vehículo	\$ 17.000.000
Balance en adecuaciones	\$ 12.171.000
Total inversión	\$ 66.786.000

Fuente: Autoras 2021

Con esta inversión la empresa contará con las condiciones necesarias para prestar servicios de excelente calidad.

6 Estudio administrativo – organizacional.

Este estudio tiene en cuenta el planteamiento de la planeación estratégica de la unidad operacional del proyecto en su etapa de operación; al igual que su estructura organizacional, su documentación de constitución, su estructura de capital y sus inversiones en adecuaciones.

6.1 Identificación de la organización

6.1.1 Nombre

Se presenta a continuación el nombre de la Empresa pequeños eventos especiales “Momentos Mágicos”. momentos mágicos significa vivir una emoción única e irrepetible. es el sentimiento que se genera en la celebración de una fecha especial que se hace un instante de tiempo donde se magnifica una celebración haciéndola única por eso el nombre de momentos mágicos.

6.1.2 Slogan

Teniendo en cuenta el servicio que presta momentos mágicos se presenta el siguiente eslogan que identificara la empresa.

“Celebra tus buenos momentos y hazlos inolvidables con momentos mágicos”

6.1.3 Logotipo

El logo está diseñado con colores llamativos, con el fin de generar impacto en los consumidores. Representa a través de sus globos la celebración, su nombre inspira a pensar en un momento único e irrepetible. Su eslogan busca generar confianza en sus posibles clientes hacerlo por ti genera la tranquilidad de estar con los mejores organizadores de pequeñas celebraciones.

Figura 16

Logotipo de Momentos Mágicos



Fuente: Autoras 2021.

6.2 Planeación estratégica

La planeación estratégica con la que contará momentos mágicos será la herramienta de gestión que establece el que hacer, como hacerlo en el camino que debe recorrer para alcanzar

las metas propuestas teniendo en cuenta los cambios que trae consigo el entorno. en este sentido es una herramienta importante para la toma de decisiones al interior de la empresa.

6.2.1 Misión

La empresa Momentos Mágicos es una empresa dedicada a la planificación, organización y ejecución de pequeños eventos especiales, acorde a las necesidades y expectativas de los clientes, sin dejar de lado la calidad, creatividad y estilo de nuestro servicio.

6.2.2 Visión

Momentos Mágicos en el año 2026, será una empresa con reconocimiento en la ciudad en organización de pequeños eventos, innovando con nuestros servicios.

6.2.3 Valores organizacionales

Los valores organizacionales de momentos mágicos definen la identidad corporativa, marcando la pauta en el comportamiento institucional y en la relación con clientes, proveedores y su entorno.

✓ Respeto:

El respeto es un valor fundamental que define la dinámica de las relaciones en la empresa, teniendo en cuenta la opinión crítica de los clientes y demás integrantes del entorno empresarial.

✓ **Responsabilidad:**

compromiso voluntario tanto a nivel interno como externo. A nivel interno la empresa tiene la responsabilidad de asegurar el bienestar del personal y del ambiente laboral para poder brindar el mejor servicio a los clientes.

✓ **Confianza:**

Grado de confianza entre el personal de manera interna que se manifiesta en el contacto con el cliente bajo aspectos fundamentales de sinceridad y honestidad e integridad para mantener la calidad laboral

✓ **Compromiso**

Capacidad de entregar lo mejor de cada colaborador ante las actividades y el desarrollo de cada servicio manteniendo el interés y la calidad laborar.

6.2.4 Objetivos organizacionales

Los objetivos organizacionales están planteados en concordancia con la misión y la visión marcan el camino a seguir desde lo humano y lo técnico para apoyar el cumplimiento de las metas propuestas. A continuación, se describen cada uno de los objetivos por los que trabajara la empresa.

✓ **Objetivos Generales:**

- ✓ Ser una empresa con reconocimiento en el mercado de catering en la ciudad de Ibagué.
- ✓ Superar a la competencia en visibilidad y ventas dentro del mercado del catering.
- ✓ Convertirse en tendencia de consumo por ser novedosa, rentable y respetuosa dentro de la celebración de pequeños momentos especiales.

✓ **Objetivos a corto plazo:**

- ✓ posicionar como un servicio a momentos mágicos dentro del mercado de catering en la Ciudad de Ibagué.
- ✓ Difundir el servicio con publicidad y promociones.
- ✓ adquirir el equipo de trabajo necesario para la realización de las labores que requiere el servicio que permita estar a la vanguardia del mercado.

✓ **Objetivos a mediano plazo:**

- ✓ Ofrecer un servicio único diferente a la competencia.
- ✓ Ser reconocidos por la cantidad de eventos realizados
- ✓ Ser una empresa ejemplo de casos exitosos.

Los objetivos presentados anteriormente trazan el camino que debe recorrer momentos mágicos para llegar a cumplir las metas propuestas en su planeación estratégica. cada uno de los objetivos descritos anteriormente apuntan el desarrollo de cada área de la empresa lo que permite

ser competitivos en el mercado del catering con todas las herramientas necesarias para cumplir con la misión y la visión de la empresa.

6.2.5 Políticas organizacionales

La política organizacional de momentos mágicos orienta las directrices que deben ser atendidas por los miembros de la empresa. en esta política se contemplan las responsabilidades y las normas de cada área. la política organizacional de la empresa guía y orienta los lineamientos generales para cumplir con misión y a visión de la empresa.

Una Política Organizacional es una orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización. Las políticas empresariales son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema.

- ✓ **Servicio al cliente:** Momentos Mágicos se preocupa por brindarle al cliente un servicio de alta calidad, busca conocer los clientes y así poder satisfacer todas sus necesidades.
- ✓ **Imagen corporativa:** Busca resaltar la imagen personal y corporativa que el cliente busca al realizar este tipo de inversión. Eficiencia y calidad son los pilares de nuestras acciones, son el requisito que se busca obtener de todos los colaboradores.
- ✓ **De cumplimiento:** Asegurar el crecimiento continuo de Momentos Mágicos bajo un comportamiento eficiente y eficaz.

- ✓ **Recurso Humano:** Fomentar la participación de todos nuestros colaboradores mediante el trabajo en equipo.
- ✓ **Reputación:** Velar por la buena imagen de la compañía, ya sea interna o externamente.
- ✓ **Promesa de Marca:** Busca que cada evento sea inolvidable

6.3 Estructura organizacional

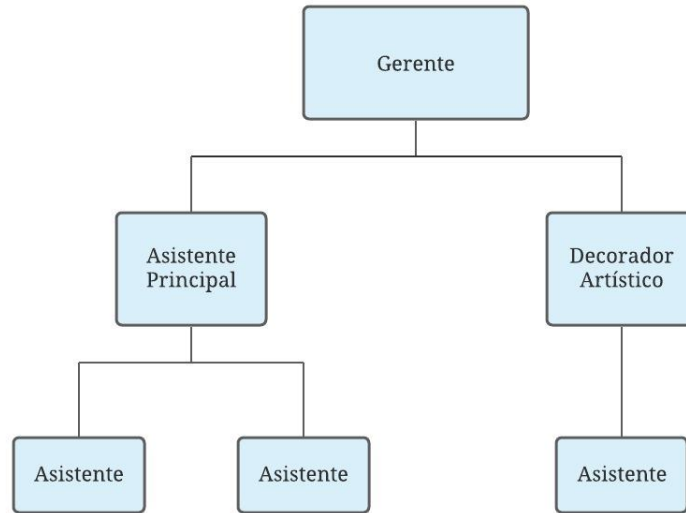
La estructura organizacional de momentos mágicos define como se organiza la empresa y tiene como finalidad establecer la jerarquía y la autoridad. esta estructura permite organizar todas las actividades que se pretendan realizar entorno al servicio de la empresa. mediante la correcta estructura se logran establecer las funciones de cada uno de los colaboradores.

6.3.1 Organigrama

A continuación, se muestra a través de una representación gráfica el organigrama de la estructura interna de la empresa momentos Mágicos empresa.

Figura 17

Organigrama.



Fuente: Autoras 2021.

La empresa contará con seis empleados, el gerente, un cargo asistencial y cuatro operativos, con los cuales pretenden llegar a cada uno de los clientes para cumplir los objetivos misionales.

6.3.2 Marco legal de vinculación

Las modalidades de contratación laboral en el sector privado están reguladas por el decreto 3743 de 1950 - Código Sustantivo del Trabajo, la cual fue publicada en el Diario Oficial No 27.622, del 7 de junio de 1951, compilando los Decretos 2663 y 3743 de 1950 y 905 de 1951, con todas sus modificaciones.

La modalidad de contratación del personal que prestará sus servicios a Momentos Mágicos S.A.S, será mediante contrato a término fijo, constará por escrito y dará derecho a todos los derechos laborales y prestacionales en proporción al tiempo laborado (salario, horas extras, recargos nocturnos, dominicales, festivos, compensatorios, seguridad social, vacaciones, dotaciones, subsidio familiar, auxilio de transporte, gastos de entierro, cesantías, intereses, prima de servicios dos veces al año. Lo que logren en las convenciones colectivas y en los pactos colectivos.

La jornada laboral será de ocho horas al día, 48 horas a la semana.

Trabajo suplementario: Horas extras, cuando se excede la jornada ordinaria y en todo caso excede la máxima legal.

Trabajo diurno – nocturno: Diurno, 6 a.m. a 9 p.m. Nocturno, 9 p.m. a 6 a.m. (Senado de la Republica, 2021)

6.4 Inversión en adecuación administrativa

La oficina en la cual a va operar la empresa está en perfecto estado, solo se hace necesario realizar mantenimiento en pintura, detalle en pared y adecuación de luces en el piso, se contrata el servicio a todo costo. A continuación, se especifican los gastos de adecuaciones.

Tabla 42*Balances en adecuaciones administrativas*

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pintura y estuco en oficina	m2	102	\$ 8.000	\$ 816.000
Detalle de Pared	m2	30	\$ 120.000	\$3.600.000
Pisos con Luces	m2	30	\$ 85.000	\$ 2.550.000
Total				\$6.966.000

Fuente: Autoras 2021

Las adecuaciones administrativas tienen un valor de \$ 6.966.000, con estas adecuaciones el área administrativa queda en condiciones óptimas para prestar los servicios.

6.5 De la constitución de la sociedad

Momentos Mágicos se constituyó como una Sociedad Anónima Simplificada (SAS) de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1258 de 2008 y Decreto 2020 de junio de 2009, de duración indefinida, con domicilio principal en el municipio de Ibagué Tolima y su dirección para notificaciones judiciales en la Manzana B casa 1 barrio Ibagué 2000, integrada por sus socios Deini Yined Diaz y Eliana Vargas, con participación igualitaria en el capital social.

6.5.1 Acta de constitución y estatutos de la sociedad

Mediante Acta de fecha 15 de diciembre de 2021, las accionistas Deini Yined Diaz y Eliana Vargas constituirán la Sociedad Momentos Mágicos S.A.S, cuyo objeto social es brindar asesorías, planeación y realización de eventos especiales pequeños en la ciudad, basados en calidad, confiabilidad, puntualidad y diversidad, contando con un equipo humano calificado que garantiza el éxito del evento; y adoptaron los estatutos de la misma, con el fin de establecer las reglas de obligatorio cumplimiento de parte de las asociadas, directivas y administradores de la empresa, sus responsabilidades, y las directrices generales de cómo va a funcionar.

6.5.2 Costos de constitución

Los costos en los que incurre Momento Mágicos para la constitución de la empresa son:

Tabla 43

Costos de constitución de la empresa

N°	Ítem	Costo
1	Pago del impuesto de registro de la Gobernación del 0.7% sobre el Capital Suscrito (\$ 15.000.000)	\$ 105.000
2	Pago de formularios	\$ 6.100

3	Pago de Derechos de Inscripción Cámara de Comercio	\$ 45.000
4	Matricula Persona Jurídica	\$ 36.000
5	Matricula establecimiento de comercio	\$ 147.000
6	Registro de los libros de actas y accionistas	\$ 30.000
7	Hojas (50)	\$ 10.000
	Total	\$ 379.100

Fuente: Autoras 2021

La constitución de la empresa y registro de matrícula tiene un costo de \$ 379.100.

Esta información fue tomando a través de información brindada por parte de funcionarios de la cámara de comercio de la ciudad de Ibagué a través de comunican vía WhatsApp y a través de su página de internet <https://www.ccibague.org/>

6.5.3 Estructura patrimonial

La estructura patrimonial de la empresa es la siguiente:

Tabla 44

Estructura patrimonial

Activos	Pasivos
\$ 129.273.277	\$ 54.148.800

Patrimonio	
\$ 75.124.477	
Total Activo 100%	Total P + P =100%
\$ 129.273.277	\$ 129.273.277

Fuente: Autoras 2021

La estructura patrimonial de la empresa comprende: Activos por un valor de \$ 129.273.277, el pasivo es de \$ 54.148.880 y cuenta con un patrimonio de \$ 75.124.477.

7. Estudio legal

Con la necesidad de realizar la actividad de catering en el marco legal se presenta el estudio legal de momentos mágicos con el objetivo de conocer las disposiciones particulares que se establecen en lo que legalmente es aceptado por la sociedad. no solo por las inferencias que se tengan desde lo económico y comercial sino también por conocer las disposiciones legales que permiten el desarrollo administrativo de momentos Mágicos para que se permita el desarrollo de la empresa de manera fluida y eficaz. pues los temas que más se relacionan con la empresa son los que giran en torno a el tema tributario, como los impuestos a la renta y al patrimonio, entre otros.

7.1 Legislación que afecta al proyecto por su ubicación

La ley tributaria que regulara momentos mágicos, establece como elementos esenciales constitutivos del tributo que la empresa otorga al estado y para esto se presenta a continuación la normatividad que rige la empresa.

Tabla 45*Legislación*

Ley o Normatividad	Descripción
Ley 1480 de 2011	Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente (colombia, 2021)
Decreto 3075 de 1997	Establece las condiciones básicas de higiene en la fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento y comercialización de alimentos se establece disposición de buenas prácticas manufactureras. (Salud, 2021)
ISO 9000	Atienden a distintos aspectos de la calidad de una empresa en su gestión interna, haciendo posible una mayor competitividad sea cual sea su tamaño (CATERING, 2021)
Las ISO 14000	son los estándares de calidad medioambiental. Las normas del grupo 28000 regulan la seguridad en toda la cadena de suministro

	(personas, bienes, infraestructura y equipamiento). (CATERING, 2021)
ISO 22000	que regulan la seguridad alimentaria en todo el proceso de producción y manipulación de los alimentos. (CATERING, 2021)
Ley 633 del 2000	Artículo 91 estipula que las páginas web nativas de Colombia que se dedican a realizar actividades de comercio, tienen la obligación de registrarse dentro del Registro Mercantil para suministrar a la DIAN la información considerada como necesaria en este tipo de movimientos económicos. Esto significa, que por medio de esta Ley, se obliga a las personas o pequeñas empresas que se dedican al comercio electrónico a vincularse al Régimen Tributario. (j4pro, 2021)
artículo 426 del estatuto tributario	Cuando en un establecimiento de comercio se lleven a cabo actividades de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías, para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o

entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, incluyendo el servicio de catering, y el expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro bares, tabernas y discotecas, se entenderá que la venta se hace como servicio excluido del impuesto sobre las ventas (IVA) y está sujeta al impuesto nacional al consumo al que hace referencia el artículo 512-1 de este Estatuto.»
(Gerencie.com, 2021)

Fuente.Autoras 2021

La información expuesta anteriormente expone la normatividad que impacta la creación y el desarrollo de las empresas, normatividad creada desde lo nacional pero que afecta y rige lo local, para momentos mágicos cada una de las anteriores son de vital importancia para su creación y su crecimiento empresarial.

7.2 Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del servicio.

Se presenta en este ítem la normatividad que afecta el desarrollo o venta de servicio de la empresa.

Tabla 46*Legislación que afecta el desarrollo del servicio*

Ley o Normatividad	Descripción
Ley 1480 de 2011	Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente (colombia, 2021)
Decreto 3075 de 1997	Establece las condiciones básicas de higiene en la fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento y comercialización de alimentos se establece disposición de buenas prácticas manufactureras. (Salud, 2021)
ISO 9000	Atienden a distintos aspectos de la calidad de una empresa en su gestión interna, haciendo posible una mayor competitividad sea cual sea su tamaño (CATERING, 2021)
Las ISO 14000	son los estándares de calidad medioambiental. Las normas del grupo 28000 regulan la seguridad en toda la cadena de suministro

	(personas, bienes, infraestructura y equipamiento). (CATERING, 2021)
ISO 22000	que regulan la seguridad alimentaria en todo el proceso de producción y manipulación de los alimentos. (CATERING, 2021)
Ley 633 del 2000	Artículo 91 estipula que las páginas web nativas de Colombia que se dedican a realizar actividades de comercio, tienen la obligación de registrarse dentro del Registro Mercantil para suministrar a la DIAN la información considerada como necesaria en este tipo de movimientos económicos. Esto significa, que por medio de esta Ley, se obliga a las personas o pequeñas empresas que se dedican al comercio electrónico a vincularse al Régimen Tributario. (j4pro, 2021)
artículo 426 del estatuto tributario	Cuando en un establecimiento de comercio se lleven a cabo actividades de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías, para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o

entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, incluyendo el servicio de catering, y el expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro bares, tabernas y discotecas, se entenderá que la venta se hace como servicio excluido del impuesto sobre las ventas (IVA) y está sujeta al impuesto nacional al consumo al que hace referencia el artículo 512-1 de este Estatuto.» (Gerencie.com, 2021)

Fuente: Autoras 2021.

Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos.

7.3 Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto

Momentos mágicos se registrará en su proceso de contratación y vinculación bajo los parámetros establecidos en el código sustantivo del trabajo en lo específico de algunos artículos que aplican al funcionamiento de la empresa.

Tabla 47*Legislación proceso de contratación*

Normatividad	Descripción
Adoptado por el Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 "Sobre Código Sustantivo del Trabajo", publicado en el Diario Oficial No 27.407 del 9 de septiembre de 1950, en virtud del Estado de Sitio promulgado por el Decreto Extraordinario No 3518 de 1949.	Artículo 1, 2 y 3. La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre {empleadores} y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

- Trabajo ocasional.** Trabajo ocasional, accidental o transitorio, es el de corta duración y no mayor de un mes, que se refiere a labores distintas de las actividades normales del empleador.
- Artículo 60.
- Artículo 22. Contrato de trabajo es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración.
- Quien presta el servicio se denomina trabajador, quien lo recibe y remunera, empleador, y la remuneración, cualquiera que sea su forma, salario
- Artículo 27. **Remuneración del trabajo.** Todo trabajo dependiente debe ser remunerado.
- Artículo 39. **Contrato escrito.** El contrato de trabajo escrito se extiende en tantos ejemplares cuantos sean los interesados, destinándose uno para cada uno de ellos.
- Artículo 46 **Contrato a término fijo.** Subrogado por el art. 3, Ley 50 de 1990. El nuevo texto es el siguiente: El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero es renovable indefinidamente.

Fuente: Autoras 2021.

Se expone anteriormente la normatividad en cuestiones laborales y contractuales con las que momentos mágicos registrará su proceder en términos de vinculación laboral con la empresa y el personal que ejecute las actividades necesarias para el buen desarrollo de la misma en el cumplimiento de sus metas.

7.4 Legislación tributaria que afecta el proyecto

La ley tributaria que regulara momentos mágicos, establece como elementos esenciales constitutivos del tributo que la empresa otorga al estado y para esto se presenta a continuación la normatividad que rige la empresa.

Tabla 48

Legislación tributaria de Momentos Mágicos

Normatividad	Descripción
Artículo 1.3.3.8 del decreto 1625 de 2016	Los servicios de alimentación institucional o alimentación a empresas, prestados bajo contrato catering, entendido este como el suministro de comidas o bebidas preparadas para los empleados de la empresa contratante.
Artículo 426 del estatuto tributario	Cuando en un establecimiento de comercio se lleven a cabo actividades de expendio de comidas y bebidas.

Artículo 512-1 del estatuto tributario	El servicio de expendio de comidas y bebidas según lo dispuesto en los artículos 426, 512-8, 512-9, 512-10, 512-11, 512-12 y 512-13 de este Estatuto. Este impuesto no es aplicable a las actividades de expendio de bebidas y comidas bajo franquicia
--	--

Fuente: Autoras 2021

8. Estudio ambiental.

Teniendo en cuenta la norma ISO 14001 que tiene como propósito proporcionar a las unas referencias para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. (Internacional, 2015). de acuerdo con la norma se tienen en cuenta las siguientes definiciones para la realización del estudio de impacto ambiental de Momentos Mágicos:

- **Impacto ambiental:** elemento de las actividades, productos o servicios de una organización que interactúa o puede interactuar con el medio ambiente.

Los aspectos de impacto ambiental relacionados en las actividades de momentos mágicos se relacionan a continuación.

- **Impacto de la actividad sobre el medio ambiente:** la prestación del servicio no es perjudicial para el medio ambiente ya que para cada evento se utilizan las cantidades

adecuadas y se enfoca en la celebración de pequeños momentos. para el desarrollo estas actividades se realiza la contratación de empresas (restaurantes, Hoteles, casas campestres) que cuenten con planes de manejo ambiental.

- **Contaminación auditiva:** la empresa de momentos mágicos dentro del proceso de prestación de servicios no cuenta con alguna clase de maquina o realiza contaminación auditiva. pues los elementos usados para la prestación del servicio no generan contaminación auditiva.

Para minimizar los impactos ocasionados por el funcionamiento de momentos mágicos se plantea la realización de las siguientes actividades con el ánimo de disminuir la huella ecológica que deja consigo el desarrollo de la actividad.

- **Manejo de Residuos Sólidos:** momentos mágicos reciclara adecuadamente los desechos orgánicos e inorgánicos que se produzcan en la planta. se realizará separación en la fuente de acuerdo al actual código de colores.
- **Campañas educativas:** campañas de ahorro y uso eficiente del agua, del papel, de la energía y de la limpieza capacitando a todos los colaboradores en temas relacionados con la protección y el cuidado del medio ambiente.
- **Celebración de calendario ambiental:** se realizarán actividades que exalten las celebraciones mundiales del cuidado y la protección del medio ambiente.

9. Estudio economico – Financiero.

Este estudio permite analizar la viabilidad del proyecto, se toma el costo de inversión, gastos de operación y financiamiento, y se verifica si los ingresos operacionales cubren dichos gastos y generan utilidades. Para así tomar decisiones sobre la puesta en marcha del proyecto.

9.1 Definición de inversiones diferidas

Este tipo de inversiones hace referencia a los activos intangibles adquiridos para la puesta en marcha de Momentos Mágicos. La inversión diferida que se contempla en este proyecto se expone a continuación.

Tabla 49

Inversiones diferidas

Concepto	valor
Constitución de la empresa	\$379.100

Fuente: Autoras 2021

Las inversiones diferidas de la empresa son \$ 379.100.

9.2 Definición de inversiones fijas

La inversión fija de Momentos Mágicos consiste en la adquisición de activos fijos tangibles como maquinaria inmobiliario y equipo para el inicio de operación. La inversión fija se describe a continuación.

Tabla 50

Activos fijos

Concepto	Total	Vida Útil	Depreciación
Muebles y enseres			
Escritorio de oficina	\$ 1.260.000	5	\$ 252.000
Sillas escritorio	\$ 540.000	5	\$ 108.000
Sillas samba	\$ 3.000.000	5	\$ 600.000
Mesa de 2 metros	\$ 4.080.000	5	\$ 816.000
Sillas de espera	\$ 375.000	5	\$ 75.000
Sofá de espera	\$ 480.000	5	\$ 96.000
Total	\$ 9.735.000		
Maquinaria			
Inflador eléctrico	\$ 600.000	10	\$ 60.000
Total	\$ 600.000		
Equipo			
Letrero madera	\$ 1.000.000	10	\$ 100.000
Platos llanos	\$ 450.000	10	\$ 45.000
Arco de metal	\$ 375.000	10	\$ 37.500
Porta botella	\$ 450.000	10	\$ 45.000
Tenedores De acero	\$ 380.000	10	\$ 38.000

Copas para agua	\$ 300.000	10	\$ 30.000
Copas para vino	\$ 320.000	10	\$ 32.000
Bases para decoración x 3	\$ 240.000	10	\$ 24.000
Bases cilíndricas	\$ 1.200.000	10	\$ 120.000
Bases en Círculos para decoración	\$ 175.000	10	\$ 17.500
Servilletas de tela	\$ 500.000	10	\$ 50.000
Mantel de tela	\$ 510.000	10	\$ 51.000
Forro sillas	\$ 700.000	10	\$ 70.000
Total	\$ 6.600.000		
Equipo de computo			
Cámara Canon EOS -80dEF	\$ 9.500.000	5	\$ 1.900.000
Computador Acer 4 GB	\$ 6.000.000	5	\$ 1.200.000
Impresora	\$ 3.200.000	5	\$ 640.000
Xiaomi Redmi 9T 4G	\$ 1.980.000	5	\$ 396.000
Total	\$ 20.680.000		
Vehículo			
Vehículo logan 2006	\$ 17.000.000	5	\$ 3.400.000
Total activo Fijo	\$ 54.615.000		\$ 10.203.000
		Total depreciación	\$ 10.203.000
Activo no depreciable			
Adecuaciones	\$ 12.171.000	5	\$ 2.434.200
		Total Amortización	\$ 2.434.200

Fuente: Autoras 2021.

La inversión de activo fijo de Momentos Mágicos es de \$ 54.615.000.

- **Capital de trabajo**

Hace referencia a los recursos materiales necesarios para la empresa prestar sus servicios.

Tabla 51

Recursos materiales

Materiales	Valor
Costo de materiales	\$ 2.307.018.000

Fuente: Autoras 2021

Los recursos materiales para el proyecto tienen un valor de \$ 2.307.018.000.

9.3 Estructura de capital

Momentos Mágicos, financia sus activos con capital propio y mediante recursos de terceros. En la tabla se muestra la distribución.

Tabla 52

Estructura patrimonial

Activos	Pasivos
\$ 129.273.277	\$ 54.148.800
	Patrimonio
	\$ 75.124.477
Total Activo 100%	Total P + P = 100%
\$ 129.273.277	\$ 129.273.277

Fuente: Autoras 2021

El capital propio de la empresa es \$75.124.47, se encuentra compuesto por \$15.000.000 de capital pagado y \$ 60.124.477 de utilidades.

9.3.1 Recursos propios

Los socios de la empresa realizan un aporte de capital de **\$15.000.000**, cada socio aporta el 50%.

Tabla 53

Recursos propios

Participantes	Participación	Capital
Eliana Vargas	50%	7.500.000
Deiny Diaz	50%	7.500.000

Fuente: Autoras 2021.

9.3.2 Recursos con terceros

La empresa para financiar sus activos, adquiere un crédito con el banco BBVA.

Tabla 54*Costo de financiación del proyecto*

Concepto	Valor
Crédito banco BBVA	\$ 54.148.800
Plazo años	5
Tasa de interés E. A	10,69%
Tasa nominal del crédito	10,20%

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 55*Amortización del crédito.*

Plazo	Inicial	Interés	Abono a capital	Cuota	Saldo
0					\$ 54.148.800
1	\$ 54.148.800	\$ 5.522.870	\$ 8.834.296	\$ 14.357.166	\$ 45.314.504,32
2	\$ 45.314.504	\$ 4.621.822	\$ 9.735.344	\$ 14.357.166	\$ 35.579.160,61
3	\$ 35.579.161	\$ 3.628.873	\$ 10.728.294	\$ 14.357.166	\$ 24.850.867,06
4	\$ 24.850.867	\$ 2.534.647	\$ 11.822.519	\$ 14.357.166	\$ 13.028.348,44
5	\$ 13.028.348	\$ 1.328.818	\$ 13.028.348	\$ 14.357.166	-
Costo de financiamiento		\$ 17.637.030			

Fuente: Autoras 2021.

El crédito adquirido por la empresa es con el Banco BBVA, por un valor de \$ 54.148.800. con tasa E.A de 10,69%, la cual le genera un costo de financiamiento total de \$ 17.637.030.

9.4. Proyección de presupuestos a 10 años

A continuación, se realiza la proyección de presupuestos a 10 años, con el objetivo de tener un panorama real de la empresa en el tiempo.

9.4.1. Presupuesto de ventas

Momentos Mágicos en el primer año de operación prestará **8.260** servicios a un precio de \$ 335.160. Se describe a continuación las ventas.

Tabla 56

Ventas del primer año de operación

Precio	\$ 335.160
Unidades a producir	8.260
Total Ventas	\$ 2.768.421.600

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 57

IPC proyectado

Año	IPC
2016	5,75%
2017	4,09%

2018	3,18%
2019	3,80%
2020	1,61%
Promedio	3,69%

Fuente: Proyección Autoras base DANE (2021)

A continuación, se presenta la poryección de ventas de momentos mágicos:

Tabla 58

Proyección de ventas a 10 años

Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
\$ 2.768.421.600	\$ 2.870.576.357	\$ 2.976.500.625	\$ 3.086.333.498	\$ 3.200.219.204
Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
\$ 3.318.307.292	\$ 3.440.752.831	\$ 3.567.716.611	\$ 3.699.365.354	\$ 3.835.871.935

Fuente: Autoras 2021.

La tabla anterior muestra la proyección de las ventas de Momentos Mágicos a 10 años, iniciando en el año uno con ventas de \$ 2.768.421.600.

A continuación, se expone la proyección de unidades a vender en los siguientes 10 años.

Tabla 59

Proyección de unidades a vender a 10 años

Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
8.260	8.565	8.881	9.209	9.548
Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
9.901	10.266	10.645	11.038	11.445

Fuente: Autoras 2021.

9.4.2 Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales

Los gastos relacionados con la operación, los que permiten la prestación del servicio de Momentos Mágicos se relacionan a continuación.

Tabla 60

Costos totales

Costo	Valor Anual
Costos de producción	\$ 2.307.018.000
Gastos de Operación	\$ 341.685.841
<i>Gastos de administración</i>	\$ 204.930.041
<i>Gastos de Distribución</i>	\$ 70.400.000
<i>Arrendamiento</i>	\$ 30.000.000
<i>Servicios Públicos</i>	\$ 2.028.000
<i>Adecuaciones e Instalaciones</i>	\$ 12.171.000
<i>Dotación de personal</i>	\$ 2.400.000
<i>Gastos de Papelería</i>	\$ 4.732.800

<i>Elementos de Aseo</i>	\$ 4.440.000
<i>Elementos de Bioseguridad</i>	\$ 3.384.000
<i>Publicidad</i>	\$ 7.200.000
Total Gastos Operacionales	\$2.648.703.841
Gastos No Operacionales	\$ 5.522.870
<i>Gastos de Financiamiento</i>	\$ 5.522.870
Total Costo	\$ 2.654.226.711
Ingresos no Operacionales	\$ 0

Fuente: Autoras 2021

Los gasto operacionales y no operacionales de Momentos Mágicos son \$ 2.654.226.711, para el primer año de prestación de los servicios.

A continuación, se realiza la proyección de los gastos operacionales.

Tabla 61

Gasto operacionales proyección a 10 años

IPC 3,69%

Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
\$2.648.703.841	\$2.746.441.0113	\$ 2.847.784.686	\$2.952.867.941	\$3.061.828.768
Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
3.174.810.250	\$3.291.960.748	\$3.413.434.099	\$3.539.389.818	\$3.669.993.302

Fuente: Autoras 2021.

9.5 Proyección de estados financieros a 10 años

La proyección de los estados financieros es útil, ya que permiten tener un panorama real de la empresa. También brinda información detallada sobre la situación financiera de la compañía, con la cual los socios e interesado, se apoyan para la toma de decisiones.

9.5.1 Estado de situación financiera

El estado de situación financiera, es la fotografía de la empresa y permite conocer los activos, pasivos y patrimonio de la misma, con el fin de analizar la información para hacer correcciones en caso que sea necesario o para fortalecer las decisiones tomadas anteriormente.

Tabla 62

Estado de situación financiera al 31 de diciembre del 2022

<hr/>	
Activo corriente	
<hr/>	
Disponible	
Caja	\$ 40.124.477
Banco BBVA	\$ 35.000.000
Total activo corriente	\$ 75.124.477
Activo no corriente	
Propiedad planta y equipo	
Maquinaria	\$ 600.000

Inflador Eléctrico	\$ 600.000
Equipo	\$ 6.600.000
Letrero madera	\$ 1.000.000
Platos llanos	\$ 450.000
Arco de metal	\$ 375.000
Porta botella	\$ 450.000
Tenedores De acero	\$ 380.000
Copas para agua	\$ 300.000
Copas para vino	\$ 320.000
Bases para decoración x 3	\$ 240.000
Bases cilindros	\$ 1.200.000
Bases círculo de decoración	\$ 175.000
Servilletas de tela	\$ 500.000
Mantel de tela	\$ 510.000
Forro sillas	\$ 700.000
Muebles y Enseres	\$ 9.735.000
Escritorio de oficina	\$ 1.260.000
Sillas escritorio	\$ 540.000
Sillas Samba	\$ 3.000.000
Mesa de 2 metro	\$ 4.080.000
silla de espera	\$ 375.000
Sofá de espera	\$ 480.000
Equipo de Cómputo y Comunicación	\$ 20.680.000
Cámara Canon EOS -80dEF	\$ 9.500.000
Computador Acer 4 GB	\$ 6.000.000
Impresora	\$ 3.200.000
Xiaomi Redmi 9T 4G	\$ 1.980.000

Sandero 2013	\$ 17.000.000
Activo no corriente	\$ 54.615.000
Menos depreciación	-\$ 10.203.000
Total activo no corriente	\$ 44.412.000
Diferidos	
Adecuaciones	\$ 12.171.000
Menos amortización	\$ 2.434.200
Total diferidos	\$ 9.736.800
Total activo	\$ 129.273.277
Pasivo	
Pasivo corriente	
Cuentas por pagar	
Crédito para capital	\$ 0
Total pasivo corriente	\$ 0
Crédito banco BBVA	\$ 54.148.800
Total pasivo no corriente	\$ 54.148.800
Total pasivo	\$ 54.148.800
Patrimonio	
Capital Suscrito y Pagado	\$ 15.000.000
Resultado del ejercicio	\$ 60.124.477
Total patrimonio	\$ 75.124.477
Total pasivo + patrimonio	\$ 129.273.277

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 63*Estado de situación financiera proyectado a 10 años*

	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
IPC		3,69%	3,69%	3,69%
Activo Corriente				
Disponibles				
Caja	\$ 40.124.477	\$ 41.605.070	\$ 43.140.297	\$ 44.732.174
Banco BBVA	\$ 35.000.000	\$ 36.291.500	\$ 37.630.656	\$ 39.019.228
Total Activo Corriente	\$ 75.124.477	\$ 77.896.570	\$ 80.770.954	\$ 83.751.402
Activo No Corriente				
Propiedad planta y equipo				
Maquinaria	\$ 600.000	\$ 622.140	\$ 645.097	\$ 668.901
Inflador Eléctrico	\$ 600.000	\$ 622.140	\$ 645.097	\$ 668.901
Equipo	\$ 6.600.000	\$ 6.843.540	\$ 7.096.067	\$ 7.357.911
Letrero madera	\$ 1.000.000	\$ 1.036.900	\$ 1.075.162	\$ 1.114.835
Platos llanos	\$ 450.000	\$ 466.605	\$ 483.823	\$ 501.676
Arco de metal	\$ 375.000	\$ 388.838	\$ 403.186	\$ 418.063
Porta botella	\$ 450.000	\$ 466.605	\$ 483.823	\$ 501.676
Tenedores De acero	\$ 380.000	\$ 394.022	\$ 408.561	\$ 423.637
Copas para agua	\$ 300.000	\$ 311.070	\$ 322.548	\$ 334.451
Copas para vino	\$ 320.000	\$ 331.808	\$ 344.052	\$ 356.747
Bases para decoración x 3	\$ 240.000	\$ 248.856	\$ 258.039	\$ 267.560
Bases cilindros	\$ 1.200.000	\$ 1.244.280	\$ 1.290.194	\$ 1.337.802
Bases círculo de decoración	\$ 175.000	\$ 181.458	\$ 188.153	\$ 195.096
Servilletas de tela	\$ 500.000	\$ 518.450	\$ 537.581	\$ 557.418
Mantel de tela	\$ 510.000	\$ 528.819	\$ 548.332	\$ 568.566
Forro sillas	\$ 700.000	\$ 725.830	\$ 752.613	\$ 780.385
Muebles y Enseres	\$ 9.735.000	\$ 10.094.222	\$ 10.466.698	\$ 10.852.919
Escritorio de oficina	\$ 1.260.000	\$ 1.306.494	\$ 1.354.704	\$ 1.404.692
Sillas escritorio	\$ 540.000	\$ 559.926	\$ 580.587	\$ 602.011
Sillas Samba	\$ 3.000.000	\$ 3.110.700	\$ 3.225.485	\$ 3.344.505
Mesa de 2 metro	\$ 4.080.000	\$ 4.230.552	\$ 4.386.659	\$ 4.548.527
silla de espera	\$ 375.000	\$ 388.838	\$ 403.186	\$ 418.063

Sofá de espera	\$ 480.000	\$ 497.712	\$ 516.078	\$ 535.121
Equipo de Cómputo y Comunicación	\$ 20.680.000	\$ 21.443.092	\$ 22.234.342	\$ 23.054.789
Cámara Canon EOS -80dEF	\$ 9.500.000	\$ 9.850.550	\$ 10.214.035	\$ 10.590.933
Computador Acer 4 GB	\$ 6.000.000	\$ 6.221.400	\$ 6.450.970	\$ 6.689.010
Impresora	\$ 3.200.000	\$ 3.318.080	\$ 3.440.517	\$ 3.567.472
Xiaomi Redmi 9T 4G	\$ 1.980.000	\$ 2.053.062	\$ 2.128.820	\$ 2.207.373
Sandero 2013	\$ 17.000.000	\$ 17.627.300	\$ 18.277.747	\$ 18.952.196
Activo No Corriente	\$ 54.615.000	\$ 56.630.294	\$ 58.719.951	\$ 60.886.718
Menos depreciación	-\$ 10.203.000	-\$ 10.579.491	-\$ 10.203.000	-\$ 10.579.491
Total Activo No Corriente	\$ 44.412.000	\$ 46.050.803	\$ 47.750.077	\$ 49.512.055
Diferidos				
Adecuaciones	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000
Menos amortización	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200
Total Diferidos	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800
Total Activo	\$ 129.273.277	\$ 134.043.461	\$ 138.989.665	\$ 144.118.383
Pasivo				
Pasivo Corriente				
Cuentas Por Pagar				
crédito Para Capital	\$ 0			
Total Pasivo No Corriente	\$ 0			
Crédito Banco BBVA	\$ 54.148.800			
Total Pasivo No Corriente	\$ 54.148.800			
Total Pasivo	\$ 54.148.800			
Patrimonio				
Capital Suscrito y Pagado	\$ 15.000.000	\$ 15.553.500	\$ 16.127.424	\$ 16.722.526
Resultado del ejercicio	\$ 60.124.477	\$ 62.343.070	\$ 64.643.529	\$ 67.028.876
Total Patrimonio	\$ 75.124.477	\$ 77.896.570	\$ 80.770.953	\$ 83.751.402
Total Pasivo +Patrimonio	\$ 129.273.277	\$ 134.043.461	\$ 138.989.665	\$ 144.118.383

Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030	Año 2031	Año 2032
3,69%	3,69%	3,69%	3,69%	3,69%	3,69%	3,69%
\$ 46.382.791	\$ 48.094.316	\$ 49.868.997	\$ 51.709.163	\$ 53.617.231	\$ 55.595.707	\$ 57.647.188
\$ 40.459.037	\$ 41.951.976	\$ 43.500.003	\$ 45.105.154	\$ 46.769.534	\$ 48.495.330	\$ 50.284.807
\$ 86.841.829	\$ 90.046.292	\$ 93.369.000	\$ 96.814.316	\$ 100.386.765	\$ 104.091.036	\$ 107.931.995
\$ 693.583	\$ 719.177	\$ 745.714	\$ 773.231	\$ 801.763	\$ 831.349	\$ 862.025
\$ 693.583	\$ 719.177	\$ 745.714	\$ 773.231	\$ 801.763	\$ 831.349	\$ 862.025
\$ 7.629.418	\$ 7.910.944	\$ 8.202.858	\$ 8.505.543	\$ 8.819.398	\$ 9.144.834	\$ 9.482.278
\$ 1.155.972	\$ 1.198.628	\$ 1.242.857	\$ 1.288.719	\$ 1.336.272	\$ 1.385.581	\$ 1.436.709
\$ 520.188	\$ 539.383	\$ 559.286	\$ 579.923	\$ 601.323	\$ 623.511	\$ 646.519
\$ 433.490	\$ 449.485	\$ 466.071	\$ 483.270	\$ 501.102	\$ 519.593	\$ 538.766
\$ 520.188	\$ 539.383	\$ 559.286	\$ 579.923	\$ 601.323	\$ 623.511	\$ 646.519
\$ 439.270	\$ 455.479	\$ 472.286	\$ 489.713	\$ 507.784	\$ 526.521	\$ 545.949
\$ 346.792	\$ 359.588	\$ 372.857	\$ 386.616	\$ 400.882	\$ 415.674	\$ 431.013
\$ 369.911	\$ 383.561	\$ 397.714	\$ 412.390	\$ 427.607	\$ 443.386	\$ 459.747
\$ 277.433	\$ 287.671	\$ 298.286	\$ 309.292	\$ 320.705	\$ 332.539	\$ 344.810
\$ 1.387.167	\$ 1.438.353	\$ 1.491.429	\$ 1.546.462	\$ 1.603.527	\$ 1.662.697	\$ 1.724.051
\$ 202.295	\$ 209.760	\$ 217.500	\$ 225.526	\$ 233.848	\$ 242.477	\$ 251.424
\$ 577.986	\$ 599.314	\$ 621.429	\$ 644.359	\$ 668.136	\$ 692.790	\$ 718.354
\$ 589.546	\$ 611.300	\$ 633.857	\$ 657.247	\$ 681.499	\$ 706.646	\$ 732.721
\$ 809.181	\$ 839.040	\$ 870.000	\$ 902.103	\$ 935.391	\$ 969.907	\$ 1.005.696
\$ 11.253.392	\$ 11.668.642	\$ 12.099.215	\$ 12.545.676	\$ 13.008.612	\$ 13.488.630	\$ 13.986.360

\$ 1.456.525	\$ 1.510.271	\$ 1.566.000	\$ 1.623.786	\$ 1.683.703	\$ 1.745.832	\$ 1.810.253
\$ 624.225	\$ 647.259	\$ 671.143	\$ 695.908	\$ 721.587	\$ 748.214	\$ 775.823
\$ 3.467.917	\$ 3.595.884	\$ 3.728.572	\$ 3.866.156	\$ 4.008.817	\$ 4.156.743	\$ 4.310.126
\$ 4.716.368	\$ 4.890.402	\$ 5.070.858	\$ 5.257.972	\$ 5.451.991	\$ 5.653.170	\$ 5.861.772
\$ 433.490	\$ 449.485	\$ 466.071	\$ 483.270	\$ 501.102	\$ 519.593	\$ 538.766
\$ 554.867	\$ 575.341	\$ 596.571	\$ 618.585	\$ 641.411	\$ 665.079	\$ 689.620
\$ 23.905.511	\$ 24.787.624	\$ 25.702.288	\$ 26.650.702	\$ 27.634.113	\$ 28.653.812	\$ 29.711.137
\$ 10.981.739	\$ 11.386.965	\$ 11.807.144	\$ 12.242.827	\$ 12.694.588	\$ 13.163.018	\$ 13.648.733
\$ 6.935.835	\$ 7.191.767	\$ 7.457.143	\$ 7.732.312	\$ 8.017.634	\$ 8.313.485	\$ 8.620.253
\$ 3.699.112	\$ 3.835.609	\$ 3.977.143	\$ 4.123.900	\$ 4.276.072	\$ 4.433.859	\$ 4.597.468
\$ 2.288.826	\$ 2.373.283	\$ 2.460.857	\$ 2.551.663	\$ 2.645.819	\$ 2.743.450	\$ 2.844.683
\$ 19.651.532	\$ 20.376.674	\$ 21.128.573	\$ 21.908.217	\$ 22.716.631	\$ 23.554.874	\$ 24.424.049
\$ 63.133.437	\$ 65.463.061	\$ 67.878.648	\$ 70.383.370	\$ 72.980.517	\$ 75.673.498	\$ 78.465.850
-\$ 10.203.000	-\$ 10.579.491	-\$ 10.579.491	-\$ 10.579.491	-\$ 10.579.491	-\$ 10.579.491	-\$ 10.579.491
\$ 51.339.050	\$ 53.233.461	\$ 55.197.776	\$ 57.234.574	\$ 59.346.529	\$ 61.536.416	\$ 63.807.110
\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000	\$ 12.171.000
\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200	\$ 2.434.200
\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800	\$ 9.736.800
\$ 149.436.352	\$ 154.950.553	\$160.668.228	\$ 166.596.886	\$ 172.744.311	\$ 179.118.576	\$185.728.052
\$ 17.339.587	\$ 17.979.418	\$ 18.642.859	\$ 19.330.780	\$ 20.044.086	\$ 20.783.713	\$ 21.550.632
\$ 69.502.241	\$ 72.066.874	\$ 74.726.141	\$ 77.483.536	\$ 80.342.679	\$ 83.307.323	\$ 86.381.364
\$ 86.841.828	\$ 90.046.292	\$ 93.369.000	\$ 96.814.316	\$ 100.386.764	\$ 104.091.036	\$107.550.632
\$ 149.436.352	\$ 154.950.553	\$160.668.228	\$ 166.596.886	\$ 172.744.311	\$ 179.118.576	\$185.728.052

Fuente: Autoras 2021.

Momento Mágicos, al 31 de diciembre de 2022 totaliza activos por \$129.273.277, pasivos por \$54.148.800 y patrimonio por \$75.124.477 destacando una sólida composición del balance.

La situación financiera de momentos Mágicos mantiene y genera valor en todas sus cuentas así;

Activos: El activo está compuesto por 58,1% por activo corriente, 34,4% por activo no corriente, favoreciendo la liquidez de la empresa. Cuenta con saldos positivos en activo corriente durante los próximos 10 años representado en las cuentas caja y bancos pasando de \$75.124.477 a \$107.931.995, con un incremento 44% lo que da entender que la empresa generara disponible para su operación a lo largo del tiempo. El activo No corriente está compuesto totalmente por maquinaria, equipo, muebles y equipo de cómputo teniendo una variación positiva de \$44.412.000 en 2022 a \$63.807.110, lo que significa un aumento del 44%, manteniendo el activo de la empresa y asegurando la recompra de activo fijo con el provisionamiento de la depreciación.

Pasivo: El pasivo corresponde 100% al pasivo no corriente por el crédito del BBVA por \$54.148.800 para el 2022 y es amortizado en 5 años, por lo que en el año 6 la empresa habrá pagado con sus utilidades su pasivo más representativo al inicio del ejercicio.

Patrimonio: El patrimonio es el 58% del total del activo del negocio producto del capital suscritos y utilidades. El patrimonio está conformado por \$15.000.000 de capital de socios que

corresponde al 20% y \$60.124.477 de utilidades que representa el 80% incrementándose un 44% durante el periodo analizado, lo que asegura el funcionamiento de la empresa y la rentabilidad a sus socios.

9.5.2 Estado de resultados

El estado de resultado de Momento Mágicos muestra el total de ingresos, los costos y gastos operacionales en los que incurre la empresa para operar en un determinado periodo, así mismo permite conocer la utilidad después de pagar impuestos.

Tabla 64

Estado de ganancias y pérdidas al 31 de diciembre del 2022

Ingresos operacionales	\$ 2.768.421.600
Ventas	\$ 2.768.421.600
Costos de venta	\$ 2.307.018.000
Costo de venta	\$ 2.307.018.000
Utilidad operacional	\$ 461.403.600
Gastos operaciones de Administración	\$ 354.395.041
Gastos Administración	\$ 168.930.041
Honorarios -Gerente	\$ 40.321.925
Honorarios -Asistente 1	\$ 24.789.689
Honorarios -Asistente 2	\$ 24.789.689
Honorarios -Asistente 3	\$ 24.789.689
Honorarios -Asistente 4	\$ 24.789.689
Honorarios -Decorador	\$ 29.449.360

Asesoría Contable	\$ 30.000.000
Gastos de Distribución	\$ 70.400.000
Servicios Públicos	\$ 2.028.000
Energía	\$ 540.000
Plan Teléfono	\$ 1.200.000
Acueducto	\$ 288.000
Arrendamiento	\$ 30.000.000
Dotación de personal	\$ 2.400.000
Gastos de Papelería	\$ 4.804.800
Publicidad	\$ 7.200.000
Elementos de Aseo	\$ 4.440.000
Elementos de Bioseguridad	\$ 3.384.000
Casino y Restaurantes	\$ 6.000.000
Adecuaciones	\$ 12.171.000
Depreciación	\$ 10.203.000
Amortización	\$ 2.434.200
Total gastos operacionales	\$ 354.395.041
Resultado neto operacional	\$ 107.008.559
ingresos no operacionales	\$ 8.400
Intereses Financieros -BBVA	\$ 8.400
Gastos no operacionales	\$ 19.880.036
Gastos de Financiamiento	\$ 5.522.870
Cuota crédito -Banco BBVA	\$ 14.357.166
Utilidad antes de impuesto	\$ 87.136.923
Impuesto de Renta 31%	\$ 27.012.446
Utilidad del ejercicio	\$ 60.124.477

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 65*Estado de pérdidas y ganancias proyectado a 10 años*

	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
IPC		3,69%	3,69%	3,69%	3,69%
Ingresos Operacionales	\$ 2.768.421.600	\$ 2.870.576.357	\$ 2.976.500.625	\$ 3.086.333.498	\$ 3.200.219.204
Ventas de decoraciones de eventos	\$ 2.768.421.600	\$ 2.870.576.357	\$ 2.976.500.625	\$ 3.086.333.498	\$ 3.200.219.204
Costo de Venta	\$ 2.307.018.000	\$ 2.392.146.964	\$ 2.480.417.187	\$ 2.571.944.581	\$ 2.666.849.336
Costo de venta	\$ 2.307.018.000	\$ 2.392.146.964	\$ 2.480.417.187	\$ 2.571.944.581	\$ 2.666.849.336
Utilidad Operacional	\$ 461.403.600	\$ 478.429.393	\$ 496.083.437	\$ 514.388.916	\$ 533.369.867
Gastos Operacionales de Administración	\$ 354.395.041	\$ 367.472.218	\$ 381.031.942	\$ 395.092.021	\$ 409.670.917
Gastos de administración	\$ 168.930.041	\$ 175.163.559	\$ 181.627.094	\$ 188.329.134	\$ 195.278.479
Honorarios - Gerente	\$ 40.321.925	\$ 41.809.804	\$ 43.352.586	\$ 44.952.296	\$ 46.611.036
Honorarios - Asistente 1	\$ 24.789.689	\$ 25.704.428	\$ 26.652.922	\$ 27.636.415	\$ 28.656.198
Honorarios - Asistente 2	\$ 24.789.689	\$ 25.704.428	\$ 26.652.922	\$ 27.636.415	\$ 28.656.198
Honorarios - Asistente 3	\$ 24.789.689	\$ 25.704.428	\$ 26.652.922	\$ 27.636.415	\$ 28.656.198
Honorarios - Asistente 4	\$ 24.789.689	\$ 25.704.429	\$ 26.652.922	\$ 27.636.415	\$ 28.656.198
Honorarios - Decorador Artístico	\$ 29.449.360	\$ 30.536.041	\$ 31.662.821	\$ 32.831.179	\$ 34.042.650
Asesoría Contable y Financiera	\$ 30.000.000	\$ 31.107.000	\$ 32.254.848	\$ 33.445.052	\$ 34.679.175
Gastos de Distribución Servicios Públicos	\$ 70.400.000	\$ 72.997.760	\$ 75.691.377	\$ 78.484.389	\$ 81.380.463
Energía	\$ 540.000	\$ 559.926	\$ 580.587	\$ 602.011	\$ 624.225
Plan de Telecomunicaciones	\$ 1.200.000	\$ 1.244.280	\$ 1.290.194	\$ 1.337.802	\$ 1.387.167

Acueducto	\$ 288.000	\$ 298.627	\$ 309.647	\$ 321.073	\$ 332.920
Arrendamiento	\$ 30.000.000	\$ 31.107.000	\$ 32.254.848	\$ 33.445.052	\$ 34.679.175
Dotación de personal	\$ 2.400.000	\$ 2.488.560	\$ 2.580.388	\$ 2.675.604	\$ 2.774.334
Gastos de Papelería	\$ 4.804.800	\$ 4.982.097	\$ 5.165.937	\$ 5.356.560	\$ 5.554.217
Publicidad	\$ 7.200.000	\$ 7.465.680	\$ 7.741.164	\$ 8.026.813	\$ 8.323.002
Elementos de Aseo	\$ 4.440.000	\$ 4.603.836	\$ 4.773.718	\$ 4.949.868	\$ 5.132.518
Elementos de Bioseguridad	\$ 3.384.000	\$ 3.508.870	\$ 3.638.347	\$ 3.772.602	\$ 3.911.811
Casino y Restaurantes	\$ 6.000.000	\$ 6.221.400	\$ 6.450.970	\$ 6.689.010	\$ 6.935.835
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 12.171.000	\$ 12.620.110	\$ 13.085.792	\$ 13.568.658	\$ 14.069.341
Depreciación	\$ 10.203.000	\$ 10.579.491	\$ 10.969.874	\$ 11.374.662	\$ 11.794.387
Amortización	\$ 2.434.200	\$ 2.524.022	\$ 2.617.158	\$ 2.713.732	\$ 2.813.868
Total Gastos Operacionales	\$ 354.395.041	\$ 367.472.218	\$ 381.031.942	\$ 395.092.021	\$ 409.670.917
Resultado Neto Operacional	\$ 107.008.559	\$ 110.957.175	\$ 115.051.495	\$ 119.296.895	\$ 123.698.951
Ingresos No Operacionales	\$ 8.400	\$ 8.710	\$ 9.031	\$ 9.365	\$ 9.710
Intereses Financieros -BBVA	\$ 8.400	\$ 8.710	\$ 9.031	\$ 9.365	\$ 9.710
Gastos No Operacionales	\$ 19.880.036	\$ 20.613.610	\$ 21.374.252	\$ 22.162.962	\$ 22.980.775
Gastos de Financiamiento	\$ 5.522.870	\$ 4.621.822	\$ 3.628.873	\$ 2.534.647	\$ 1.328.818
Cuota crédito - Banco BBVA	\$ 14.357.166	\$ 14.357.166	\$ 14.357.166	\$ 14.357.166	\$ 14.357.166
Utilidad Antes De Impuesto	\$ 87.136.923	\$ 90.352.275	\$ 93.686.274	\$ 97.143.298	\$ 100.727.886
Impuesto de Renta 31%	\$ 27.012.446	\$ 28.009.205	\$ 29.042.745	\$ 30.114.422	\$ 31.225.645
Utilidad Del Ejercicio	\$ 60.124.477	\$ 62.343.070	\$ 64.643.529	\$ 67.028.876	\$ 69.502.241

Fuente: Autoras 2021.

La utilidad del ejercicio es de \$60.124.477, el 2,2% del total de ingresos para el año 2022. El impuesto de renta afecta el 31% de la utilidad que antes de impuestos es del 3,1%. La utilidad operacional es de \$107.008.559 que representa el 3,9% del total de los ingresos. Los gastos operacionales representan el 12,8% y los costos de venta el 83,3% del total de ingresos. Dentro de los gastos operacionales las cuentas más representativas son: 1. **los gastos de personal** 47,7%, 2) **los gastos de distribución** con 19,9%, 3) **asesoría financiera con** 8,5% y 4) **arrendamiento** con 8,5%.

Durante el periodo analizado de 10 años se presentan utilidades estables año tras año, son variaciones significativas en los ingresos y gastos operacionales. A partir del año 6 mejora su margen de utilidad al finalizar el préstamo financiero.

9.6 Proyección de flujo de caja a 10 años

El flujo de caja, permite conocer los movimientos de ingresos y egresos de Momentos Mágicos, para conocer el saldo al finalizar un periodo.

Tabla 66

Flujo de caja

	0	1	2	3	4
		\$	\$	\$	\$
(+) Ingresos		2.768.421.600	2.870.576.357	2.976.500.625	3.086.333.498
Costos de					
(-) Operación		\$ 2.648.775.841	\$ 2.746.515.669	\$ 2.847.862.097	\$ 2.952.948.209
Costo de					
(-) Financiación		\$ 5.522.870	\$ 4.621.822	\$ 3.628.873	\$ 2.534.647

(-) Depreciación		\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822
(-) Amortización UAI (Utilidad Antes de (=) Impuesto)		\$ 3.628.872	\$ 3.628.873	\$ 3.628.873	\$ 3.628.873
(-) Impuestos UDI (Utilidad después (=) de Impuesto)		\$ 27.012.446	\$ 28.009.205	\$ 29.042.745	\$ 30.114.422
(+) Depreciación		\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822
(+) Amortización		\$ 3.628.872	\$ 3.628.872	\$ 3.628.872	\$ 3.628.872
(-) Inversiones	\$	129.273.277			
(+) Crédito Abonos a	\$	54.148.800			
(-) Capital Valor de		\$ 8.834.296	\$ 9.735.344	\$ 10.728.294	\$ 11.822.519
(+) Desecho					
Flujo de Caja	\$ (75.124.477)	\$ 78.276.147	\$ 81.694.316	\$ 85.238.615	\$ 88.913.700

Estudio de factibilidad para la creación de la empresa pequeños eventos especiales Momentos Mágicos

5	6	7	8	9	10
\$ 3.200.219.204	\$ 3.318.307.292	\$ 3.440.752.831	\$ 3.567.716.611	\$ 3.699.365.354	\$ 3.835.871.935
\$ 3.061.911.998	\$ 3.174.896.550	\$ 3.292.050.233	\$ 3.413.526.887	\$ 3.539.486.029	\$ 3.670.093.063
\$ 1.328.818					
\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822
\$ 3.628.873	\$ 3.628.873	\$ 3.628.873	\$ 3.628.873	\$ 3.628.873	\$ 3.628.873
\$ 128.727.694	\$ 135.160.047	\$ 140.451.904	\$ 145.939.029	\$ 151.628.630	\$ 157.528.177
\$ 31.225.645	\$ 32.377.871	\$ 33.572.614	\$ 34.811.444	\$ 36.095.986	\$ 37.427.928
\$ 97.502.049	\$ 102.782.176	\$ 106.879.289	\$ 111.127.586	\$ 115.532.644	\$ 120.100.250
\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822	\$ 4.621.822
\$ 3.628.872	\$ 3.628.872	\$ 3.628.872	\$ 3.628.872	\$ 3.628.872	\$ 3.628.872
\$ 13.028.348					
					\$ 22.602.500
\$ 92.724.395	\$ 111.032.870	\$ 115.129.983	\$ 119.378.280	\$ 123.783.338	\$ 150.953.444

Fuente: Autoras 2021.

Al final del ejercicio la empresa aumenta \$8.401.477 de efectivo disponible. La empresa manejara un alto flujo de recaudo pero tan solo el 0,30% representara un aumento del efectivo. El efectivo generado en la operación es de \$55.293.959 disminuyendo en \$19.880.036 (35,9%) por gasto financieros y \$27,012.446 (48,8%) por pago de impuestos, quedando un 15% (\$8.401.477) como disponible. En la proyección no se refleja una necesidad de inyección de efectivo ya que tiene la capacidad de mantener con sus ingresos y egresos.

10. Evaluación financiera del proyecto.

Esta evaluación busca determinar la viabilidad de la puesta en marcha de las fases de inversión y operación del proyecto, a la luz de los resultados financieros futuros del proyecto, desde el punto de vista del retorno de la inversiones.

10.1 Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad

✓ Indicadores de Liquidez:

Los indicadores de liquidez, permite conocer la capacidad que tiene Momentos Mágicos para cancelar sus obligaciones en el corto plazo, es decir en un periodo no superior a un año.

Tabla 67

Capital Neto de Trabajo.

Capital Neto de Trabajo	Activo Corriente	- Pasivo Corriente
Capital Neto de Trabajo	\$ 75.124.477	\$ 0
Capital Neto de Trabajo	\$ 75.124.477	

Fuente: Autoras 2021.

El capital de trabajo con el que cuenta la empresa para operar es de \$ 75.124.477.

✓ **Indicadores de Rentabilidad**

Los indicadores de rentabilidad permiten medir la efectividad de la administración de empresa, para controlar los costos y gastos, y de esta, manera convertir las ventas en utilidades.

- **Margen Bruto de Utilidad:**

Margen Bruto de Utilidad: Utilidad Bruta /Ventas Netas

Margen Bruto de Utilidad: \$ 461.403.600 \$ /2.768.421.600

Margen Bruto de Utilidad: 0,17 = 17%

Luego de resta los costos de ventas Momentos Mágicos generaran el 17% de utilidad bruta en el año de operación. Es decir que cada peso vendido genero 0,17 centavos de utilidad.

- **Margen de Utilidades Operacionales**

Margen de Utilidades Operacionales: Utilidad Operacional/ Ventas Netas

Margen de Utilidades Operacionales: \$ 107.008.559/\$ 2.768.421.600

Margen de Utilidades Operacionales: 0,039 =3,9%

La utilidad operacional de la empresa está afectada por el costo de ventas y los gastos de operación, la empresa genera una utilidad operacional de 3.9%. Es decir que por cada peso \$ 1 vendido en el año se reportaron 0,039 centavos de utilidad operacional.

- **Margen Neto De Utilidad:**

Margen Neto De Utilidad: Utilidad neta/ Ventas Netas

Margen Neto De Utilidad: \$ 60.124.477 \$ 2.768.421.600

Margen Neto De Utilidad: \$ 0,02 2,2%

La utilidad neta de Momentos Mágicos corresponde al 2,2% de las ventas de año, es decir que luego de descontar los costo de ventas, los gastos de operación, gastos financieros e impuesto, la empresa generará utilidad.

Tabla 68

Proyección de indicadores financieros.

	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
3,69%					
	\$	\$		\$	\$
Capital Neto de Trabajo	75.124.477	77.896.570	\$ 80.770.954	83.751.402	86.841.829
Margen Bruto de Utilidad:	17%	17,3%	17,9%	18,6%	19,3%
Margen de Utilidades Operacionales:	3,87%	4,0%	4,2%	4,3%	4,5%
Margen Neto De Utilidad:	2,17%	2,3%	2,3%	2,4%	2,5%

Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030	Año 2031
\$ 90.046.292	\$ 93.369.000	\$ 96.814.316	\$ 100.386.765	\$ 104.091.036	\$ 107.931.995
20,0%	20,7%	21,5%	22,3%	23,1%	23,9%
4,6%	4,8%	5,0%	5,2%	5,4%	5,6%
2,6%	2,7%	2,8%	2,9%	3,0%	3,1%

Fuente: Autoras 2021.

La proyección de los indicadores financieros muestra la evolución positiva de cada uno de ellos, lo que indica que la empresa tiene liquidez para operar en el corto plazo y que las ventas están generando utilidades luego de cubrir los costos de operación, gastos e impuesto.

10.2 Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR

La evaluación financiera permite identificar, valorar y comparar entre si los costos y beneficios asociados a distintas alternativas de proyectos de inversión, dicha evaluación aporta criterios en la toma de decisiones. El Valor Presente Neto, permite a Momentos Mágicos conocer cuáles serán las cifras de perdidas o ganancias en un periodo determinado y la TIR, permite conocer la rentabilidad del proyecto.

10.2.1 Determinación de la tasa de descuento

Representa el costo del capital requerido para la inversión necesaria de Momentos Mágicos, es decir promedia el costo de oportunidad de capital y la tasa de interés del financiamiento. Además, se utiliza como base de comparación con la tasa interna del rendimiento del proyecto.

Tabla 69

Valores de referencias

Concepto	Equivalencia
TIO:	Tasa de Interés de Oportunidad
Ke	Costo de Capital
WACC:	Costo Promedio Ponderado
Kd	Costo de la deuda, a través de pasivo

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 70

Ponderación de financiación

Activos	Pasivos	Interés
\$ 129.273.277	\$ 54.148.800	10,69%
	Patrimonio	
	\$ 75.124.477	3,73%
T. Activo 100%	T. P + P = 100%	

Fuente: Activos 2021.

Tabla 71*Inversión y participación*

Concepto	Valor	%
Total Inversión	\$ 129.273.277	
Banco	\$ 54.148.800	42%
Capital e inversionistas	\$ 75.124.477	58%

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 72*Costo promedio ponderado*

Participantes	Participación	TIO	
Eliana Vargas	50%	3,85%	
Deiny Diaz	50%	3,60%	
		Ke	
Kd (costo de interés)	10,69%		
Impuesto Renta 31%			
Kd Ajustado	7,38%		
Financiamiento	Participación	Tasas	WACC
Pasivo	42%	7,38%	3,09%
Patrimonio	58%	3,73%	2,16%
Costo Promedio Ponderado (WACC)			5,25%

Fuente: Autoras 2021.

La tasa de descuento de Momentos Mágicos es de 5,25%.

10.2.2 Cálculo del Valor Presente Neto

El Valor Presente Neto, permite traer a valor presente la totalidad de flujos de caja de Momentos Mágicos, para conocer las cifras de perdidas o ganancias.

Tabla 73

Valor Presente Neto

<i>VAN/VPN</i>					
F0	F1	F2	F3	F4	F5
-\$ 75.124.477	\$ 78.276.147	\$ 81.694.316	\$ 85.238.615	\$ 88.913.700	\$ 92.724.395
F6	F7	F8	F9	F10	
\$ 111.032.870	\$ 115.129.983	\$ 119.378.280	\$ 123.783.338	\$ 150.953.444	
WACC	5,25%				
VAN=	\$ 609.740.310				

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 74

Interpretación de la VAN

Valor	Significado	Decisión a Tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias.	Se acepta el proyecto
VAN < 0	La inversión produciría perdidas.	Se rechaza el proyecto

VAN = 0 La inversión no produciría ni pérdidas ni ganancias.

La decisión debería de basarse en otros criterios, como mejor posicionamiento en el mercado

Fuente: Autoras 2021.

Se acepta el proyecto Momento Mágicos, ya que la VAN es \$ 609.740.310, es decir que la inversión generaría ganancias.

10.2.3 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Este indicador le permite a Momentos Mágicos conocer la rentabilidad que ofrece la inversión realizada.

Tabla 75

Tasa Interna de Retorno

<i>TIR</i>					
F0	F1	F2	F3	F4	F5
-\$ 75.124.477	\$ 78.276.147	\$ 81.694.316	\$ 85.238.615	\$ 88.913.700	\$ 92.724.395
F6	F7	F8	F9	F10	
\$ 111.032.870	\$ 115.129.983	\$ 119.378.280	\$ 123.783.338	\$ 150.953.444	
TIR	108,90%				

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 76*Interpretación de la TIR*

Ref.		Concepto	Valoración
TIR	>	TIO (WACC)	Se acepta el Proyecto
TIR	<	TIO	Rechaza el Proyecto
TIR	=	TIO	Es indiferente

Fuente: Autoras 2021.

La TIR de Momentos Mágicos es de 108,90%, valor superior al WACC (Costo Promedio Ponderado) el cual es de 5,25%, lo que indica que se acepta el proyecto.

11 Conclusiones.

Como resultado del estudio de mercado se concluye que Momentos mágicos cuenta con una demanda factible ya que el 96% de los encuestados celebra momentos especiales que es a lo que se dedica la empresa. Se evidencio que del total de la población encuestada 264 son mujeres y 120 hombres. y se recomienda especializar el servicio en la celebración de cumpleaños.

Se evidencia como resultado de la construcción de la matriz de competidores las tres empresas que representa la competencia de Momentos mágicos, sin embargo; por su estructura se enfocan en grandes eventos, dejando a un lado las pequeñas celebraciones, para las cuales Momentos Mágicos prestará un servicio de calidad, único y diferente, pero con el mejor precio del mercado.

Se concluyó en análisis del estudio técnico que momentos mágicos se ubicara en el municipio de Ibagué del Tolima y su dirección para notificaciones judiciales en la Manzana B casa barrio Ibagué 2000. debido a su ubicación estratégica y a que cuenta con todos los servicios requeridos para su buen funcionamiento.

Cumpliendo con la ley y teniendo en cuenta la normatividad existente momentos mágicos se constituirá como una Sociedad Anónima Simplificada (SAS) de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1258 de 2008 y Decreto 2020 de junio de 2009, de duración indefinida.

Desde lo ambiental se concluye que momentos mágicos genera un impacto mínimo al ambiente sin embargo se recomienda realizar campañas de ahorro y uso eficiente de energía,

agua, papel, realizar campañas de educación ambiental hacer separación en l fuente, y contratar con aliados estratégicos que cuenten con sus respectivos planes de manejo.

Momentos Mágicos al 31 de diciembre del 2022 cuenta con activos de \$ 129.273.277, el pasivo de la empresa es \$ 54.148.800 y un patrimonio de \$ 75.124.477, contando con una sólida composición de balance. En el primer año de actividad la empresa genera utilidad por \$ 60.124.477, es decir el 2,2 % del total de ingresos. Al realizar la evaluación financiera se determina que el proyecto es económicamente viable de llevarlo a cabo, pues los indicadores arrojaron un VAN positivo y una TIR, mayor a la tasa de descuento.

Por lo expuesto anteriormente, se concluye que el proyecto para la creación de una empresa de celebración de Momentos Mágicos en la ciudad de Ibagué es factible de ser ejecutado.

Referencias

2021, D. (s.f.). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

Alcaldía Municipal de Ibagué . (16 de junio de 2020). *Plan de Desarrollo Municipal*. Obtenido

de

[file:///F:/UNIVERSIDAD%20UNIMINUTO/TESIS%20MOMENTOS%20MAGICOS/TESIS%20AGOSTO%2017%20DE%202021/TESIS%20AGOSTO%202021%20OK/documentos%20corporativos/30729-PLA-20200701191920%20\(1\)%20\(2\).pdf](file:///F:/UNIVERSIDAD%20UNIMINUTO/TESIS%20MOMENTOS%20MAGICOS/TESIS%20AGOSTO%2017%20DE%202021/TESIS%20AGOSTO%202021%20OK/documentos%20corporativos/30729-PLA-20200701191920%20(1)%20(2).pdf)

Camara de Comercio. (10 de 9 de 2021). *Camara de Comercio De Ibague*. Obtenido de

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMDMyODc2NmYtZjgzOS00ZmZjLWUyNGEtY2U3NzM0ZTAyNTE2IiwidCI6IjI2NzczMWEwLWZlYTAtNGViNC04NWVmLWUyNDA5MjA4NzQ1YSJ9>

Camara de Comercio de Ibagué. (s.f.). *Modelos y formatos para los trámites*. Obtenido de

<https://www.ccibague.org/como-podemos-ayudarlo/modelos-y-formatos>

Camara de Comercio. (s.f.). *Modelo de documento privado de constitucion de la sociedad por*

acciones simplificadas S.A.S. Obtenido de

<https://www.google.com/search?q=ACTA+DE+CONSTITUCION+DE+UNA+SAS&oq>

=acta+de+&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0i67l2j0i67i433j0i67j0i67i457j0i67l3.2913j0j15
&sourceid=chrome&ie=UTF-8

CATERING, G. D. (27 de 09 de 2021). *LA NORMATIVIDAD QUE REGULA LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE CATERING*. Obtenido de La normativa que regula la calidad en los servicios de catering

colombia, c. d. (27 de 09 de 2021). *sic.gov.co*. Obtenido de

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/042017/Ley_1480_Estatuto_Consumidor_2.pdf

Colombia.com. (s.f.). *Así celebra un buen colombiano*. Obtenido de Así celebra un buen

colombiano: <https://www.colombia.com/colombianos/noticias/sdi/140350/asi-celebra-un-buen-colombiano>

Comercio, C. d. (20 de Agosto de 2021). *Camara de Comercio de Ibague*. Obtenido de Camara de Comercio de Ibague:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMDMyODc2NmYtZjgzOS00ZmZjLWVhYyNGEtY2U3NzM0ZTAyNTE2IiwidCI6IjI2NzczMWEwLWZlYTA0NGViNC04NWVmLWUyNDA5MjA4NzQ1YSJ9>

Consultoria, C. N. (s.f.). *Colombianos, los más felices, pero también los menos optimistas*.

Obtenido de Colombianos, los más felices, pero también los menos optimistas:

<https://www.centronacionaldeconsultoria.com/post/colombianos-los-mas-felices-pero-tambien-los-menos-optimistas>

Dane . (09 de 09 de 2021). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

Dane. (22 de AGOSTO de 2021). *Dane Información Para todos*. Obtenido de DANE

INFROMACION PARA TODOS: <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>

DANE. (Agosto de 2021). *Encuesta mensual de servicios*. Obtenido de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_junio_21.pdf

DANE. (20 de Agosto de 2021). *Encuesta mensual de servicios Publicos*. Obtenido de Encuesta mensual de servicios Publicos:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_abril_21.pdf

DANE. (4 de Septiembre de 2021). *Informacion para todos*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/>

DANE. (17 de agosto de 2021). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

DIAN. (julio de 2021). *Mercado laboral*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

DIAN. (17 de agosto de 2021). *Producto interno bruto-PIB- nacional trimestral*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

Díaz , D., & Vargas Torres, I. E. (2021). *Momentos Especiales*. Obtenido de

<https://tiendasdydooficial.wixsite.com/website>

Díaz, V. P. (21 de marzo de 2019). *La Republica*. Obtenido de La Republica:

<https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-esta-entre-los-50-paises-mas-felices-del-mundo-segun-ranking-de-la-firma-gallup-2842332>

El Espectador. (7 de JULIO de 2020). *así está el panorama del sector de eventos en Colombia*.

Obtenido de así está el panorama del sector de eventos en Colombia:

<https://www.elespectador.com/contenido-patrocinado/asi-esta-el-panorama-del-sector-de-eventos-en-colombia-article/>

El nuevo día. (10 de 10 de 2021). *Ciudadela Simón Bolívar una comunidad de sobrevivientes*.

Obtenido de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/tolima/ibague/154835-ciudadela-simon-bolivar-una-comunidad-de-sobrevivientes>

Enciclopedia, E. (09 de septiembre de 2021). *Competencia imperfecta* . Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/competencia->

Gobernación del Tolima. (2019). *Tolima en Cifras*. Obtenido de

<https://www.tolima.gov.co/tolima/cifras-y-estadisticas/tolima-en-cifras>

Gómez, L. M. (2021). *Politica publica y creacion de empresa en colombia*. Obtenido de

<file:///C:/Users/Sistemas/Documents/especializacion/64602101.pdf>

Guambi, A. M. (s.f.). *Fuente: Manual de procesos en el área operativa para una empresa de*

catering. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/130259017/Catering->

Generalidades-2

Ieda. (09 de Septiembre de 2021). *Tipos de Estrategias Publicitarias*. Obtenido de

<http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/23122016/82/es->

[an_2016122312_9093909/41_tipos_de_estrategias_publicitarias.html](http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/23122016/82/es-an_2016122312_9093909/41_tipos_de_estrategias_publicitarias.html)

INEVENTOS. (06 de Agosto de 2021). *¿Qué es un Servicio de Catering?* Obtenido de

<https://www.ineventos.com/co/blog/que-es-un-catering.aspx>

InEventos. (2021). *organización de Eventos en el Tolima*. Obtenido de InEventos:

<https://www.ineventos.com/co/organizacion-de-eventos/tolima/ibague>

Internacional, I. (2015). *Norma Tecnica Colombiana NTC- ISO 14001* . Obtenido de

https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

Inventos. (06 de Agosto de 2021). *¿Qué es un Servicio de Catering?* Obtenido de

<https://www.ineventos.com/co/blog/que-es-un-catering.aspx>

j4pro. (27 de 09 de 2021). *Ley de comercio electrónico en Colombia: ¡Todo lo que tienes que*

saber! Obtenido de <https://j4pro.com/ley-de-comercio-electronico-en-colombia>

Laura castillo, j. z. (12 de 04 de 2016). *estudio de mercado para las empresas Consep y coquinto del Ecuador*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/08CA201601.pdf>

Marketig, P. (20 de Septiembre de 2021). *Psicología de las formas en tu marca* . Obtenido de Psicologoa de formas en tu marca: <https://www.puromarketing.com/27/29010/psicologia-formas-marca.html>

online, P. (20 de 09 de 2021). *Significado del color rosa en psicología*. Obtenido de Significado del color rosa en psicología: <https://www.psicologia-online.com/significado-del-color-rosa-en-psicologia-5634.html>

Randstad. (20 de 09 de 2021). *catering, un sector en constante ascenso*. Obtenido de <https://www.randstad.es/tendencias360/catering-un-sector-en-constante-ascenso/>

Recimundo. (1 de 7 de 2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Obtenido de Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción): <file:///C:/Users/Sistemas/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf>

Salud, M. d. (27 de 09 de 2021). *Decreto 3075 de 1997* . Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf

Senado de la Republica. (20 de Septiembre de 2021). *Código Sustantivo del trabajo*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html

Significados. (2021). *Significado de Investigación cualitativa*. Obtenido de Significado de

Investigación cualitativa: <https://www.significados.com/investigacion-cualitativa/>

Tolima, G. d. (2021). *Turismo* . Obtenido de Turismo :

[https://www.tolima.gov.co/tolima/informacion-general/turismo/1888-municipio-de-](https://www.tolima.gov.co/tolima/informacion-general/turismo/1888-municipio-de-ibague)

[ibague](https://www.tolima.gov.co/tolima/informacion-general/turismo/1888-municipio-de-ibague)

Anexos.

Anexo 1- Encuesta.

1. Nombre: _____

2. Género: F ___ M ___

3. Edad:
 - a. 15 años a 24 años
 - b. 25 años a 34 años
 - c. 35 años a 44 años
 - d. Más de 45

3. Estrato: 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

4. # Cel/ Tel: _____

5. Barrio: _____

6. ¿Celebra usted momentos especiales?

Si ___ No ___

7. ¿Qué tipo de momentos especiales celebra?
 - a. cumpleaños
 - b. Aniversarios
 - c. Grados
 - D. cenas Románticas

C. otros _____

8. ¿sabe usted que es un Catering?

Si ___ No ___

9. ¿Alguna vez a contratado una empresa dedicada a la celebración de pequeños momentos especiales?

Si ___ No ___ si la respuesta es no Por que

10. ¿Cómo Planifica la organización de sus eventos especiales?

- Contrata una persona, amigo o familia
- Contrata una empresa especializada en eventos
- Los hacer usted mismo

11. si la respuesta anterior es la (1) los planifica y organiza personalmente ¿cuál es el motivo por el cual los planifica y organiza personalmente?

Respuesta: -----

12. ¿cuáles son los motivos por los cuales contrata una empresa especializada en la realización de eventos?

1. Tiempo
2. Creatividad
3. Diversidad en la prestación del servicio

4. Precio
5. Confianza
6. Otro ¿Cuál? _____

13. ¿qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de pequeños eventos especiales?

Respuesta: _____

14. ¿de qué manera prefiera contactar y organizar la celebración de eventos especiales?

1. Página Web
2. Vía red social (Facebook, INSTAGRAM ETC.)
3. Vía telefónica
4. Vía WhatsApp
5. Personalmente con el asesor

15. ¿conoce en Ibagué empresas dedicadas a la celebración de pequeños eventos especiales?

Si _____ No _____ ¿Cuáles? _____

16. ¿De qué manera se entera más fácil de la existencia de empresas de dedicadas a la organización de eventos especiales?

1. Internet
2. Televisión
3. Vallas publicitarias
4. Periódicos
5. Redes sociales

17. ¿Con que frecuencia realiza usted celebración de eventos especiales?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

18. ¿cuáles son los motivos por los que no contrata una empresa especializada en la realización de eventos?

1. Cumplimiento
2. Creatividad
3. Diversidad en la prestación del servicio
4. Precio
5. Confianza

19. ¿en cuál de los siguientes eventos considera necesitaría ayuda o asesoría para la organización de un evento?

1. Cumpleaños
2. Matrimonio
3. Bautizos
4. Aniversarios
5. Cenas Románticas

20. ¿qué lugares prefiere al momento de celebrar eventos especiales?

1. Casa
2. Finca
3. Hoteles
4. Salón de fiestas
5. Restaurante

21. ¿cuántas personas acostumbra a invitar a la celebración de momentos especiales?

Respuesta: _____

22. ¿si existiera en Ibagué una empresa dedicada a la organización de celebración de esos pequeños momentos especiales. adquiriría sus servicios?

Si ___ No ___

23. ¿qué le gustaría que esta nueva empresa les ofreciera para la celebración de sus pequeños momentos especiales? _____

24. ¿Mencione el Nombre de una empresa que conozca encargada de la celebración de pequeños eventos especiales?

Respuesta _____

25. ¿contrataría usted una empresa para que organizara la celebración de un pequeño momento especial en algún espacio o lugar de su casa?

Si ___ No ___

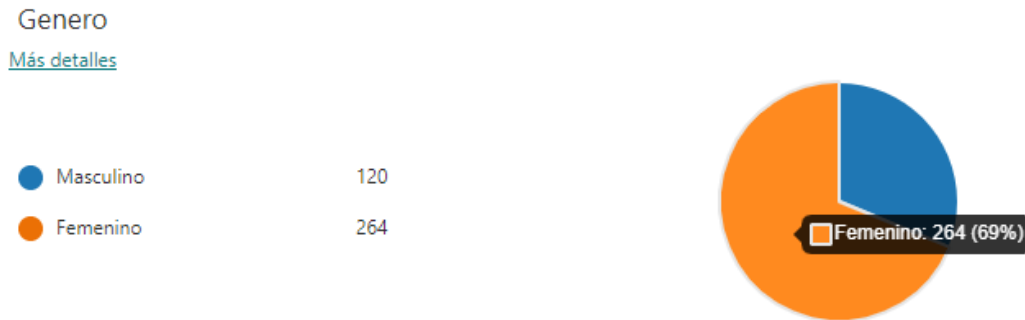
22. ¿De contratar una empresa de celebración de eventos ¿cómo prefiere realizar el pago?

- Efectivo
- tarjeta de crédito
- pago por abonos
- Cheque

Anexo 2- Tabulación e interpretación.

Figura 18

Género.

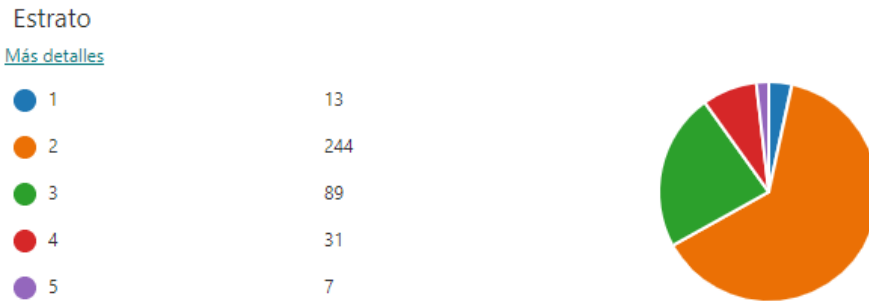


Fuente: Autoras 2021.

Se identifica que más del 50% de las personas encuestadas pertenecen al género femenino con un porcentaje del 69% razón por la cual se podría afirmar que los servicios que ofrece Momentos Mágicos tendría mayor demanda por parte del género femenino teniendo en cuenta que el género masculino ocupa solo un 31%.

Figura 19

Estrato.

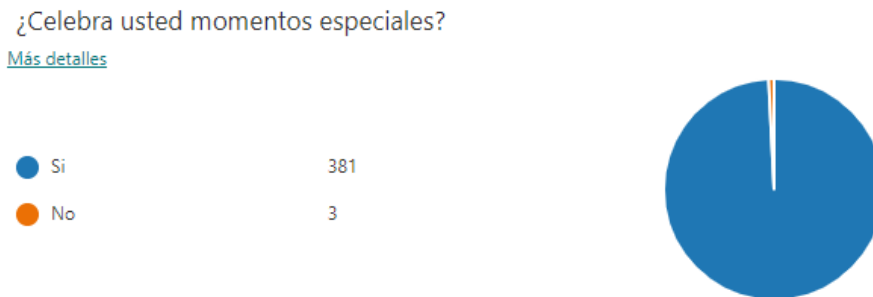


Fuente: Autoras 2021

El estrato que mayor participación tuvo en estas encuestas fue el estrato 2 con un 64% seguido del estrato 3 con un 23% mientras que en el estrato 5 solo hay un 2% por lo que se deduce que este proyecto tendrá mayor demanda en los estratos 2 y 3.

Figura 20

¿Celebra usted Momentos especiales?

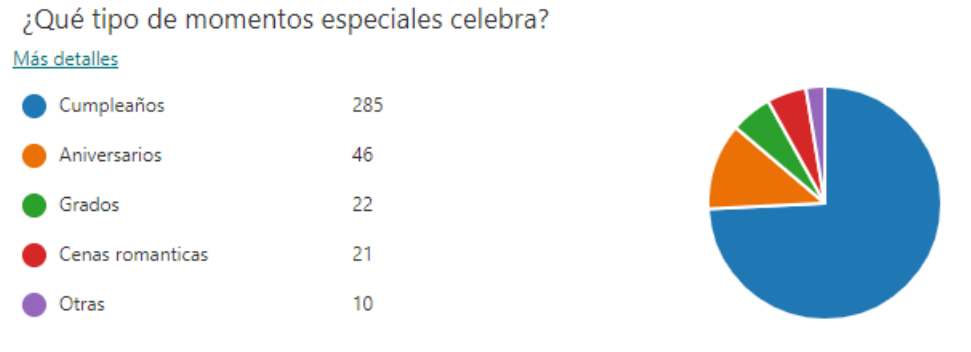


Fuente: Autoras 2021.

El 99% de las personas encuestadas contestaron de forma positiva a la celebración de momentos especiales con esto se puede decir que la empresa tendría una gran acogida debido a que tendrá una buena demanda para la celebración de dichos momentos.

Figura 21

1. *¿Qué tipo de momentos especiales celebra?*



Fuente: Autoras 2021.

El 74% de los encuestados dan como referencia que los cumpleaños son de los momentos especiales que prefieren celebrar o la que más celebran, Esto referencia a que momentos mágicos podría enfocar su actividad principalmente en la celebración de cumpleaños. de igual forma se observa que las cenas románticas con solo un 5% y otras con un 3% son los momentos especiales menos celebrados por nuestros encuestados.

Figura 22

¿Sabe usted que es un Catering?



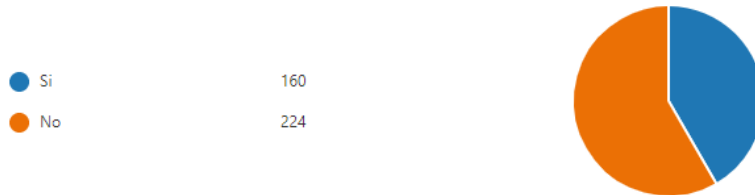
Fuente: Autoras 2021.

Figura 23

¿Alguna vez a contratado una empresa de pequeños momentos?

9. ¿Alguna vez ha contratado una empresa dedicada a la celebración de pequeños momentos especiales?

[Más detalles](#)



Fuente: Autoras 2021.

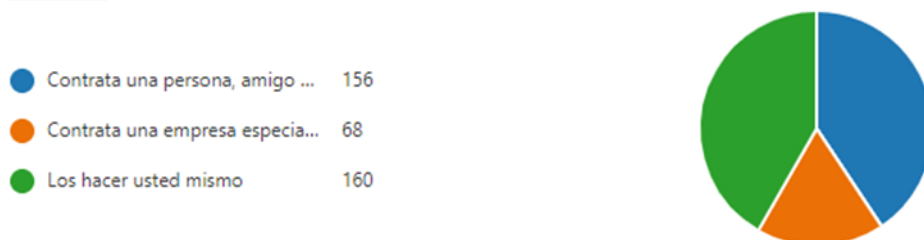
De la pregunta 9 se puede observar que el 69% de las personas no saben que es un catering lo cual da como resultado en la pregunta 10 que solo el 42% de los encuestados ha contratado alguna empresa dedicada a la celebración de los momentos especiales. Esto permite a la empresa poder posesionarse en el mercado con el concepto de catering tenga un mayor impacto para que las personas decidan dejar la celebración de pequeños momentos especiales en manos de profesionales y/o empresas relacionadas con este tipo de actividad.

Figura 24

¿ Como planifica la organización de sus eventos especiales?

10. ¿Cómo Planifica la organización de sus eventos especiales?

[Más detalles](#)



Fuente: Autoras 2021.

La anterior grafica se puede observar que en la planificación de los eventos especiales el 42% de los encuestados respondió que prefiere hacerlo ellos mismos mientras que el 40% prefiere contratar a una persona, amigo o conocido dejando solo con 18% la contratación de una empresa, este resultado concuerda con el bajo conocimiento que se tiene acerca del catering y lo que ofrece por lo cual las personas prefieren hacerlo ellos mismos y teniendo como última opción la contratación de una empresa.

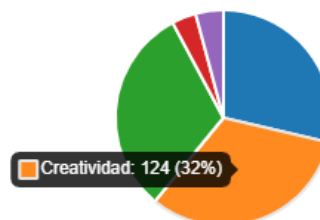
Figura 25

¿ Cuáles son los motivos por los cuales contrata una empresa de eventos?

¿ cuáles son los motivos por los cuales contrata una empresa especializada en la realización de eventos?

[Más detalles](#)

● Tiempo	110
● Creatividad	124
● Diversidad en la prestación de...	120
● Precio	14
● Confianza	16



Fuente: Autoras 2021

Como se puede observar los grandes factores a la hora de contratar un servicio de realización de eventos es la creatividad con un 32%, la diversidad de la presentación del servicio con 31% y el tiempo con 29% lo que nos quiere decir es que las personas prefieren a la hora de contratar un servicio de realización de eventos este cuenta con un gran nivel de creatividad y aparte disponibilidad de tiempo, se ve que unos de los factores que poco importan a la hora de realizar dicha contratación es el precio y la confianza ambos con un 4% lo cual permite afirmar que lo que menos importa es el valor del costo de este servicio y la empresa a la cual se va a acudir para la realización de eventos.

Figura 26

¿ De que manera prefiere contactar y organizar la celebración?

. De qué manera prefiere contactar y organizar la celebración de eventos especiales?

[Más detalles](#)

● Página Web	38
● Vía red social (facebook, INS...	120
● Vía telefónica	40
● Vía WhatsApp	81
● Personalmente con el asesor	101



Fuente: Autoras 2021

Podemos ver en este grafico que un gran parte de los encuestados con un 31% prefieren contactar estos servicios por vía red social, pero hay otra parte que opta hablar personalmente con el asesor, lo cual podemos decir que la empresa tiene que presentar un gran manejo de redes de sociales, pero sin descuidar las relaciones interpersonales de asesor y cliente.

Figura 27

¿ Conoce en Ibagué empresas dedicadas a las pequeñas celebraciones?

. ¿Conoce en Ibagué empresas dedicadas a la celebración de pequeños eventos especiales?

[Más detalles](#)

● Si	165
● No	219



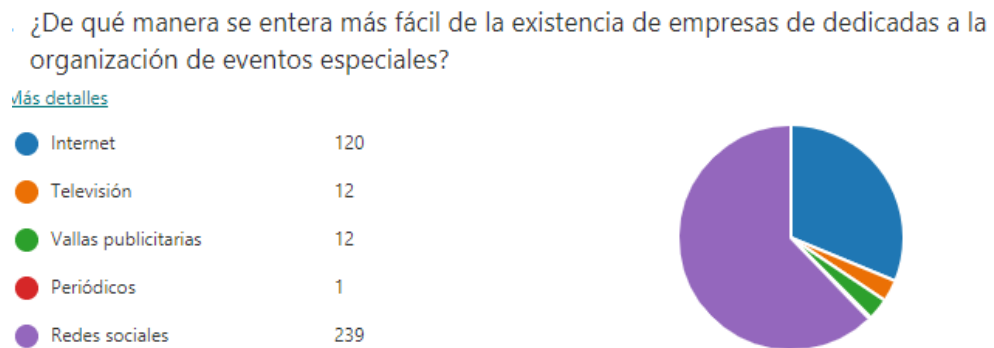
Fuente: Autoras 2021.

Se observa que un 57% de las personas no conoce empresas dedicadas a la celebración de pequeños eventos especiales esto obliga a pensar que se necesita una estrategia de marketing que

permita que el cliente conozca el punto de realización de estas empresas y la importancia que estas tienen para las celebraciones de pequeños eventos.

Figura 28

¿ De qué manera se entera de la existencia de empresas de eventos?



Fuente: Autoras 2021.

El 62% de los encuestados declara que es más fácil enterarse de la existencia de empresas dedicadas a la organización de eventos especiales por medio de redes sociales esta pregunta permite afirmar lo que ya se había dicho en el análisis de la pregunta 11, para la realización de estas empresas se tiene que tener muy en cuenta el buen manejo de las redes sociales y mantenerse siempre activos por este medio. Por otro lado, también permite el decidir el no invertir en publicidad en periódicos, televisión y vallas publicitarias.

Figura 29

¿Con que frecuencia realiza usted celebración de eventos especiales?



Fuente: Autoras 2021.

Un 48% de personas encuestadas afirma la frecuencia con que se realiza este tipo de celebraciones es trimestral lo cual lleva a concluir que trimestralmente se tendrá mayor demanda a la hora de la realización de dichos eventos especiales mientras que semanalmente con 1% nos indica que se tendrá un menor flujo de celebración.

Figura 30

¿ Cuáles son los motivos por los que no contrata una empresa de eventos?



Fuente: Autoras 2021.

Este grafico permite discutir un poco el análisis ya hecho en la pregunta 13 y esto se debe a que uno de los factores para no contratar una empresa especializada en la realización de eventos es el precio con un porcentaje de 48% lo que quiere decir es que muchas personas encuentran la contratación de ese servicio un poco costoso lo cual contradice lo dicho en la pregunta 13 donde a la hora de la contratación el precio no era un factor de gran importancia vemos también que el cumplimiento 20% y la confianza 13% también son factores de no contratación esto se puede deber a la falta de compromiso que tienen algunas empresas en la realización de estos eventos dejando como afectados las empresas que si tienen dedicación a la hora de la prestación de este servicio.

Figura 31

¿ Qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de eventos?

14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la celebración de pequeños eventos especiales?

[Más detalles](#)

377
Respuestas

Respuestas más recientes

"210.000"

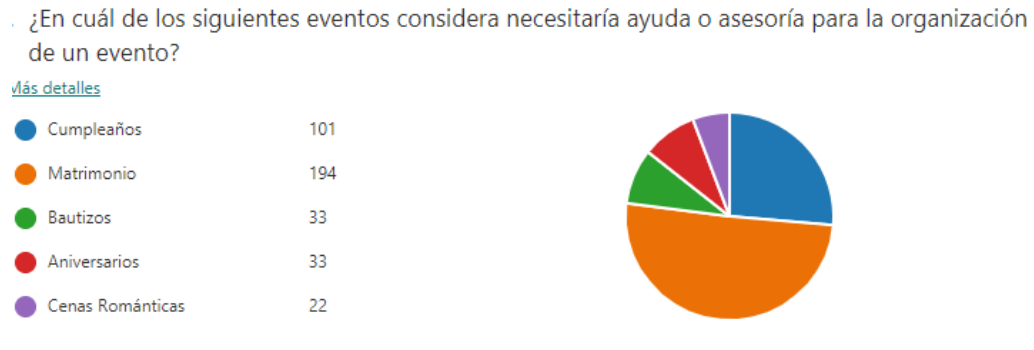
"600000"

Fuente: Autoras 2021.

En la pregunta anterior se realizó un análisis sobre las respuestas de los encuestados, para verificar cual es el precio que está dispuesto a pagar los clientes por el paquete dorado. El mayor valor que está dispuesto a pagar los clientes por el servicio es de \$ 3,000,000 y el precio menor es de \$ 50,000, al sacar el promedio, el precio que está dispuesto a pagar los clientes es de \$314.595.

Figura 32

¿En cuál de las siguientes eventos considera necesaria asesorías?



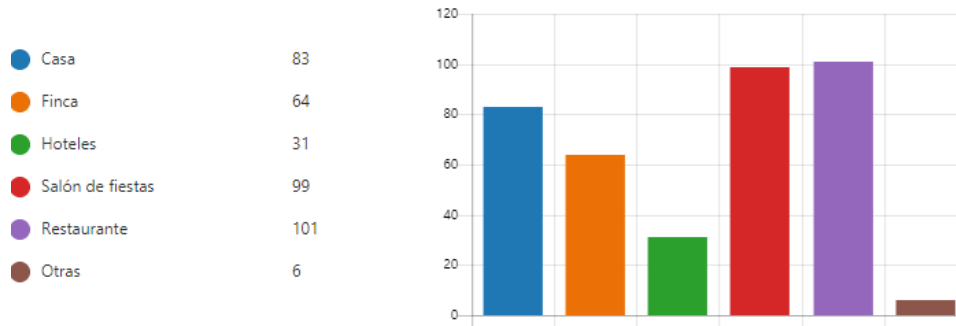
Fuente: Autoras 2021.

Los encuestados responde que el matrimonio con un 51% es uno de los eventos donde se considera que más se necesita ayuda o asesoría y esto debido a la presencia de invitados como al tema en que se basara dicho evento, por otro lado, se observa que los cumpleaños también ocupan un gran porcentaje del 26%. Las cenas románticas con un 6% permiten tener una mayor seguridad junto con la conclusión de la pregunta 8 de que este evento es el que tiene menor posibilidad de ser celebrado.

Figura 33

¿Qué Lugar prefiere al momento de celebrar eventos especiales?

¿Qué lugar prefiere al momento de celebrar eventos especiales?
[Más detalles](#)



Fuente: Autoras 2021.

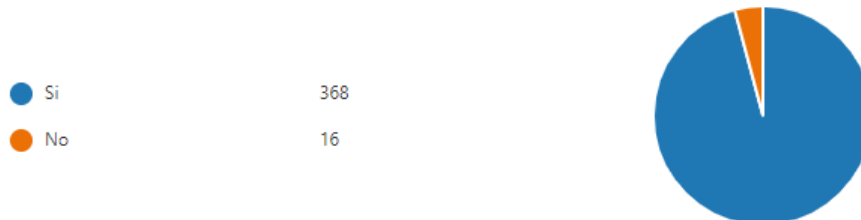
Al observar el gráfico de barras se puede ver claramente que hay una gran afinidad de que los lugares donde se prefieren celebrar eventos especiales son restaurante o salón de fiestas. lo que evidencia que momentos mágicos debe trabajar de manera aliada con estos lugares.

Figura 34

¿ Si existiera una empresa de eventos pequeños la contrataría?

¿ Si existiera en Ibagué una empresa dedicada a la organización de celebración de esos pequeños momentos especiales. adquiriría sus servicios?

[Más detalles](#)



Fuente: Autoras 2021.

Al observar que el 96% aseguraron que adquirirían los servicios de una empresa dedicada a la celebración de pequeños momentos especiales en Ibagué abre una gran posibilidad de que dicho proyecto puede tener una gran acogida por parte de los Ibaguereños y sea factible su creación sin temor de no contar con una gran demanda ya que gran parte de los encuestados no conoce empresas que presten este tipo de servicios.

17. ¿Qué le gustaría que esta nueva empresa les ofreciera para la celebración de sus pequeños momentos especiales?

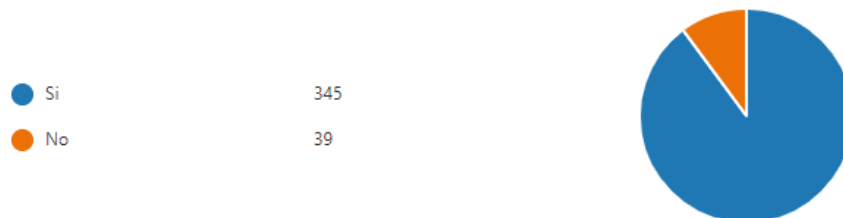
De acuerdo a las respuestas otorgadas por los encuestados, lo que les gustaría que la empresa ofreciera son precios justos, que la celebración tuvieran decoración, comida y torta y que se realizara en diferentes lugares.

Figura 35

¿ Contrataría una empresa para que organice una pequeña celebración?

. ¿Contrataría usted una empresa para que organizara la celebración de un pequeño momento especial en algún espacio o lugar de su casa?

[Vías detalles](#)



Fuente: Autoras 2021.

Teniendo el 90% en respuestas afirmativas se concluye que la pregunta 16 dando como hecho que la mayor parte de las personas se encuentra interesados en contratar una empresa que

preste el servicio de organización para la celebración de un pequeño momento siendo muy probable que dicho proyecto reciba una gran aceptación por parte del público.

Figura 36

¿ De contratar una empresa ¿Cómo prefiere realizar el pago?



Fuente: Autoras 2021.

Al observar el grafico se puede notar que el 66% de las personas encuestadas prefieren realizar el pago de estos servicios en efectivo y dejando con un porcentaje de 0% el pago por medio de tarjeta de crédito, pago por abonos y cheque.

Anexo 3. Manual específico de funciones.

Tabla de contenido

- Introducción
- Estructura organizacional
 - Organigrama
 - Total del empleo
 - Empleos
 - Empleos del nivel profesional
 - Empleos nivel técnico
 - **Introducción**

El presente manual específico de funciones y competencias laborales para los empleos de la planta de personal de Momentos Mágicos S.A.S, fue elaborado sobre la base de las orientaciones y normas vigentes, utilizadas para el correcto análisis de las funciones de los cargos, constituyéndose en un instrumento que permite una clara orientación de los objetivos, funciones y requisitos necesarios para el desempeño de los mencionados empleos.

El contenido del presente manual permite conocer la identificación, los objetivos, los requerimientos, las funciones generales y específicas, las competencias necesarias y las responsabilidades de cada empleo y es un insumo para los futuros procesos de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y evaluación del desempeño, necesarios en la institución para su óptimo funcionamiento.

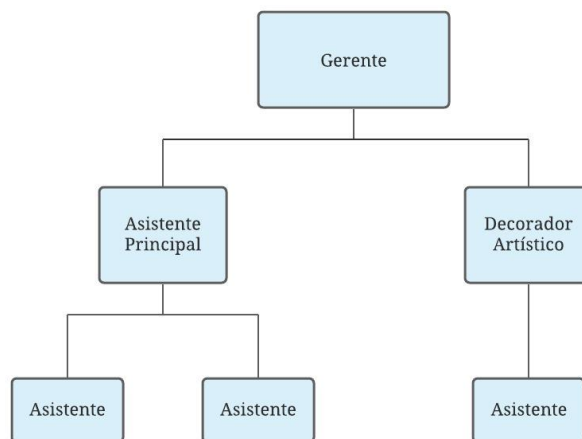
- **Estructura organizacional**

- **Organigrama**

La estructura organizacional de momentos Mágicos S.A.S, está definida de acuerdo con los grados de responsabilidad y autoridad existentes, como se observa a continuación:

Figura 17.

Organigrama.



Fuente: Autoras 2021.

- **Total de empleos**

La planta de personal de momentos Mágicos S.A.S, está compuesta por seis empleos. los cuáles serán identificados en cada una de las fichas del presente manual, distribuidos en los siguientes niveles jerárquicos:

Tabla 77*Nivel jerarquico de los empleos*

Nivel	Nº cargos
Nivel profesional	1
Nivel técnico	5

Fuente: Autoras 2021.

- **Empleos**

A continuación, se presentan, los propósitos principales, funciones esenciales, conocimientos básicos o esenciales y requisitos de formación académica en los empleos de la planta de personal por niveles jerárquicos de Momentos Mágicos S.A.S.

- **Empleos nivel profesional**

Tabla 78*Identificación del empleo*

Nivel	Profesional
Denominación del empleo	Gerente
Código	1
Grado	1
Número de Cargos	1
Dependencia	Gerencia
Empleo del jefe inmediato	N/A

Área funcional

Gerencia

Propósito Principal.

Es el encargado de realizar actividades de servicios al cliente, establecer estrategias de promoción, realizara las aprobaciones de presupuestos y compras

Descripción de las funciones esenciales

- Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa
- Organizar los recursos de la entidad
- Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas
- Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización
- Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado
- Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera.
- hacer de líder de los diversos equipos.

Conocimientos básicos o esenciales

Administración

Talento humano

Word, Excel

Competencias comportamentales

Aprendizaje continuo • orientación al usuario y al ciudadano • transparencia • compromiso con la organización • trabajo en equipo • adaptación al cambio • comunicación efectiva • gestión de procedimientos • instrumentación de decisiones

Requisitos de formación académica y experiencia

Formación académica:

- Título profesional en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento

Administración.

- Tarjeta profesional relacionada en los casos requeridos por la ley.
- Experiencia: tres (03) años de experiencia profesional relacionada.

Fuente: Autoras 2021

○ **Empleos de nivel técnico**

Tabla 79

Identificación del empleo nivel técnico

Nivel	Técnico
Denominación del empleo	Técnico
Código	2
Grado	1
Número de Cargos	1

Dependencia Gerencia

Empleo del jefe inmediato Gerente

Área funcional

Gerencia

Propósito Principal

Es el encargado de realizar la decoración, organización del evento, maestro de ceremonia.

Descripción de las funciones esenciales

- Las demás encargadas por la gerencia

Conocimientos básicos o esenciales

Atención al usuario

Talento humano

Word, Excel, internet

Competencias comportamentales

Aprendizaje continuo • orientación al usuario y al ciudadano • transparencia • compromiso con la organización • trabajo en equipo • adaptación al cambio • comunicación efectiva • gestión de procedimientos • instrumentación de decisiones

Requisitos de formación académica y experiencia

Formación académica:

- Título tecnológico o haber cursado 6 semestres en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento de: en decoración y logística.
- Tarjeta profesional relacionada en los casos requeridos por la ley.

Experiencia:

- Doce (12) meses de experiencia profesional relacionada.

Fuente: Autoras 2021.

Fuente: Autoras 2021.

Tabla 80

Identificación de empleo

Nivel	Técnico
Denominación del empleo	Decorador artistico
Código	3
Grado	1
Número de Cargos	1
Dependencia	Gerencia
Empleo del jefe inmediato	Gerente
Área funcional	
Gerencia	
Propósito Principal	
Es el encargado de realizar la decoración, organización del evento, maestro de ceremonia.	
Descripción de las funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Las demás encargadas por la gerencia 	
Conocimientos básicos o esenciales	
Atención al usuario	

Talento humano

Word, Excel, internet

Competencias comportamentales

Aprendizaje continuo • orientación al usuario y al ciudadano • transparencia • compromiso con la organización • trabajo en equipo • adaptación al cambio • comunicación efectiva • gestión de procedimientos • instrumentación de decisiones

Requisitos de formación académica y experiencia

Formación académica:

- Título tecnológico o haber cursado 6 semestres en disciplina académica del núcleo básico de conocimiento de: en decoración y logística.
- Tarjeta profesional relacionada en los casos requeridos por la ley.

Experiencia:

- Doce (12) meses de experiencia profesional relacionada.
-

Fuente: Autoras 2021.

El presente documento se firma a los quince (15) días del mes de diciembre de 2021

Anexo 4- Acta de Constitución.**MOMENTOS MAGICOS S.A.S.****ACTO CONSTITUTIVO**

En el municipio de Ibagué, siendo las 08:00 a.m. del día 15 de diciembre de 2021, se reunieron en la manzana B casa 1 barrio Ibagué 2000 de la ciudad de Ibagué Tolima, las siguientes personas:

Tabla 81

Acta de constitución.

Nombre		Identificación		Cuidad	
Nombre completo	Tipo de identificación	Número	Lugar de expedición	Domicilio (Municipio)	
Deini Yined Díaz	C.c.	38015762	Chaparral Tolima	Ibagué Tolima	
Eliana Vargas	C.c	1.110.486.848		Ibagué Tolima	

Fuente: (Camara de Comercio)

Quienes para todos los efectos se denominará(n) el(los) constituyente(s) y mediante el presente escrito manifiesto (amos) mi (nuestra) voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

- **Estatutos**

Capítulo I - Nombre, Nacionalidad. Domicilio, Duración y Objeto Social

ARTÍCULO 1.- Nombre. - La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, con nacionalidad colombiana, denominada MOMENTOS MAGICOS S.A.S. y podrá utilizar la sigla MM SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las iniciales “S.A.S.”.

ARTÍCULO 2.- Domicilio. - El domicilio principal de la sociedad será el municipio de Ibagué, departamento del Tolima y su dirección para notificaciones judiciales será la Manzana B casa 1 barrio Ibagué 2000. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 3.- Término de duración. - El término de duración será indefinido.

ARTÍCULO 4.- Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto principal brindar asesorías, planeación y realización de eventos especiales pequeños en la ciudad, basados en calidad, confiabilidad, puntualidad y diversidad, contando con un equipo humano calificado que garanticen el éxito del evento. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Capítulo II

Capital, Acciones y Régimen de las Acciones

ARTÍCULO 5.- Capital Autorizado, el capital autorizado de la sociedad es:

Tabla 82

Capital autorizado

Valor total	N° acciones	Valor nominal
\$ 200.000.000	2.000	\$ 100.000

Fuente: Camara de comercio.

ARTÍCULO 6.- Capital Suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es:

Tabla 83*Capital suscrito*

Valor total	N° acciones	Valor nominal
\$ 15.000.000	150	\$100.000

Fuente: Camara de comercio.

Los accionistas han suscrito el capital de la siguiente forma:

Tabla 84*Capital suscrito.*

Accionista	No de acciones	Valor	%
Deini Yined Diaz	75	\$7.500.000	50
Eliana Vargas	75	\$7.500.000	50

Fuente: Camara de comercio.**ARTÍCULO 7.-** Capital Pagado. - El capital pagado de la sociedad es:**Tabla 85**

Capital pagado

Valor total	N° acciones	Valor nominal
\$ 15.000.000	150	\$ 100.000

Fuente: Camara de comercio.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital. - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

ARTÍCULO 8.- Derechos que confieren las acciones. - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias.

A cada acción le corresponden los siguientes derechos:

- ✓ El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- ✓ El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;
- ✓ El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008;
- ✓ El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.
- ✓ Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.
- ✓ La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

ARTÍCULO 9.- Naturaleza de las acciones. - Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley.

ARTICULO 10.-Aumento del capital suscrito. El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

ARTICULO 11.- Derecho de Preferencia. Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo 1.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo 2.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

ARTICULO 12.- Clases y Serie de Acciones. - Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo. - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

ARTICULO 13.- Voto Múltiple. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la

reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

ARTÍCULO 14.- Acciones de Pago. - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

ARTÍCULO 15- Transferencia de Acciones a una Fiducia Mercantil. - Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

ARTICULO 16.- Restricciones a la Negociación de Acciones. - Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

ARTICULO 17.- Cambio de Control- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Dirección, Administración, Representación Y Revisoría Fiscal De La Sociedad

ARTÍCULO 18.- Órganos de la sociedad. - La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal denominado gerente. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

ARTÍCULO 19.- Sociedad devenida unipersonal. - La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se les confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas o documento privado debidamente asentados en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 20.- Asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el ARTÍCULO 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente. Son funciones de la asamblea general entre otras:

- ✓ Aprobar su propio reglamento.
- ✓ Ejercer la suprema dirección de la sociedad y velar por el cumplimiento de su objeto social, interpretar los estatutos, fijar la orientación y política generales de sus actividades.
- ✓ Reformar los estatutos.

- ✓ Elegir y remover libremente y asignarle remuneración al gerente para períodos de un año por el sistema de mayoría simple.
- ✓ Estudiar, aprobar o improbar, con carácter definitivo, los estados financieros e informes de gestión presentados a su consideración por el representante legal.
- ✓ Decretar la disolución y liquidación de la sociedad.
- ✓ Elegir el liquidador o los liquidadores al hacerse la liquidación.
- ✓ Las demás que le correspondan por naturaleza, como máximo órgano de La sociedad y que no hayan sido asignadas por los estatutos a otro órgano.

ARTÍCULO 21.- Convocatoria a la asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por el representante legal de la sociedad por medio escrito, electrónico, telefónico, o por el medio más expedito que considere quien efectúe las convocatorias dirigidas a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles, tanto para las reuniones ordinarias como extraordinarias. Ha de tenerse en cuenta que para el computo de los días no debe tenerse en cuenta el día de la convocatoria ni el día de la reunión.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

ARTÍCULO 22.- Reuniones. - La Asamblea de accionistas se reunirá ordinariamente una vez al año, a más tardar último día del mes de marzo y extraordinariamente cuando sea convocada por ella misma o por el representante legal.

Las reuniones ordinarias tendrán como finalidad estudiar las cuentas, el balance general de fin de ejercicio, acordar todas las orientaciones y medidas necesarias para el cumplimiento del objeto social y determinar las directrices generales acordes con la situación económica y financiera de la sociedad.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando lo requieran las necesidades imprevistas o urgentes.

Parágrafo 1.- Reunión Por Derecho Propio: En el evento en que, transcurridos los tres primeros meses del año, no se haya efectuado la convocatoria para las reuniones ordinarias, la Asamblea General, se reunirá por derecho propio y sin necesidad de convocatoria, el primer día hábil del mes de abril, a las 10:00 a.m., en las instalaciones donde funcione la administración de la sociedad. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de asociados.

Parágrafo 2.- Reunión de Segunda Convocatoria: Si se convoca la Asamblea General y ésta no se reúne por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con cualquier número plural de accionistas. La nueva reunión no deberá efectuarse antes de los diez (10) días hábiles, ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de accionistas.

Parágrafo 3.- Reuniones No Presenciales: La Asamblea General podrá realizar las reuniones ordinarias y extraordinarias, de manera no presencial, siempre que se encuentre participando la totalidad de los accionistas. Tales reuniones pueden desarrollarse con comunicaciones simultáneas y sucesivas, es decir un medio que los reúna a todos a la vez, como

el correo electrónico, la tele-conferencia, etc., o mediante comunicaciones escritas dirigidas al Representante Legal en las cuales se manifieste la intención del voto sobre un aspecto concreto, siempre que no pase más de un mes, desde el recibo de la primera comunicación y la última.

Parágrafo 4.- Reuniones universales: La Asamblea General se reunirá válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de los accionistas.

ARTÍCULO 23.- Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos o en la ley se prevea una mayoría decisoria superior para algunas decisiones, tales como:

- ✓ La realización de procesos de transformación, fusión o escisión debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.
- ✓ La modificación de la cláusula compromisoria debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.

ARTÍCULO 24.- Actas. - Las decisiones de la Asamblea General de Accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de

delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados con indicaciones de las acciones suscritas que poseen o representan, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

ARTÍCULO 25.- Representación Legal - Gerente. - La representación legal de la Sociedad por Acciones Simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien tendrá un suplente designado por la asamblea general de accionistas para un término de un año.

En caso de que la asamblea no realice un nuevo nombramiento, el representante legal continuará en el ejercicio de su cargo hasta tanto no se efectúe una nueva designación.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que

el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionista.

ARTÍCULO 26.- Facultades del representante legal - Gerente. - La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a

terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

ARTÍCULO 27.- Revisoría Fiscal. La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

Capítulo IV

Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades

ARTÍCULO 28.- Estados Financieros Y Derecho De Inspección. La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la

administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 29. Reserva Legal. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 30. Utilidades, Reservas Y Dividendos. Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

Capítulo V

- **Disolución y Liquidación**

ARTÍCULO 31.- Disolución. - La sociedad se disolverá:

- ✓ Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
- ✓ Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

- ✓ Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
- ✓ Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;
- ✓ Por orden de autoridad competente, y
- ✓ Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 32.- Enervamiento de las causales de disolución. - Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

ARTÍCULO 33.- Reactivación. - La asamblea general de accionistas o el accionista único podrá, en cualquier momento posterior a la iniciación de la liquidación, acordar la reactivación de la sociedad siempre que el pasivo externo no supere el 70% de los activos sociales y que no se haya iniciado la distribución de los remanentes a los accionistas.

Para la reactivación, el liquidador de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas un proyecto que contendrá los motivos que dan lugar a la misma y los hechos que acreditan las condiciones previstas en el inciso anterior.

Igualmente deberán prepararse estados financieros extraordinarios, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes, con fecha de corte no mayor a treinta días contados hacia atrás de la fecha de la convocatoria a la reunión del máximo órgano social.

La decisión de reactivación debe ser aprobada por el 100% de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 34.- Liquidación. - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades señalado en los artículos 225 y siguientes del Código de Comercio. Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

Capítulo VI

✓ Disposiciones Varias

ARTÍCULO 35.- Cláusula Compromisoria. - Toda diferencia que surja entre un accionista con el órgano de dirección y/o el representante legal, y entre éste y la sociedad, que no pueda resolverse directamente por las partes y que sea susceptible de transigir será resuelta en primera instancia, a través de la conciliación extrajudicial en derecho, que se solicitará ante el Centro Integral de Solución de Conflictos de la Cámara de Comercio de La Ibagué. En caso que la audiencia se declare fallida o no exista ánimo conciliatorio, se solicitará ante el mismo Centro que se integre un Tribunal de Arbitramento, al cual se someterá la diferencia existente entre las partes, decidirá en derecho y el laudo hará tránsito a cosa juzgada, salvo que la ley disponga otra cosa; se registrá conforme al reglamento establecido en el Centro Integral de Solución de

Conflictos de la Cámara de Comercio de La Ibagué y a lo dispuesto en la ley; será integrado por un número impar de árbitros, bien sea uno o tres, el que se requiera en el caso concreto conforme a la cuantía estimada en el conflicto.

ARTÍCULO 36.- Remisión normativa. - De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se registrará por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

Capítulo VII

✓ Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

ARTÍCULO 26.- Nombramientos. - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado por unanimidad en este acto constitutivo, a DEINI YINED DIAZ, identificada con el documento de identidad No. 38.015.762, como gerente de MOMENTOS MAGICOS S.A.S., por el término de 1 año.

DEINI YINED DIAZ y ELIANA VARGAS, participa (n) en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de MOMENTOS MAGICOS S.A.S.

Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008. (Camara de Comercio)

En constancia firman los socios accionistas constituyentes:

C.C

C. C.

Anexo 5- Estatutos de la sociedad.

MOMENTOS MAGICOS S.A.S.

DEINI YINED DIAZ, de nacionalidad colombiana, identificada con cédula de ciudadanía N° 38.015.762, y ELIANA VARGAS identificada con cédula de ciudadanía N° 1.110.486.848 domiciliadas en la ciudad de Ibagué Tolima, declaran previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada MOMENTOS MAGICOS SAS para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de (\$ 15.000.000), dividido en 150 acciones ordinarias de valor nominal de (\$ 100.000) cada una, que han sido liberadas en el porcentaje correspondiente, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, los suscritos han establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

Capítulo I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Duración y Objeto Social

ARTÍCULO 1.- Nombre. - La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, con nacionalidad colombiana, denominada MOMENTOS MAGICOS S.A.S. y podrá utilizar la sigla MM SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las iniciales “S.A.S.”.

ARTÍCULO 2.- Domicilio. - El domicilio principal de la sociedad será el municipio de Ibagué, departamento del Tolima y su dirección para notificaciones judiciales será la Manzana B casa 1 barrio Ibagué 2000. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 3.- Término de duración. - El término de duración será indefinido.

ARTÍCULO 4.- Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto principal brindar asesorías, planeación y realización de eventos especiales pequeños en la ciudad, basados en calidad, confiabilidad, puntualidad y diversidad, contando con un equipo humano calificado que garanticen el éxito del evento. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Capítulo II

Capital, Acciones y Régimen de las Acciones

ARTÍCULO 5.- Capital Autorizado, el capital autorizado de la sociedad es:

Tabla 86

Capital autorizado

Valor total	Nº acciones	Valor nominal
\$ 200.000.000	2 .000	\$ 100.000

Fuente: Camara de comercio.

ARTÍCULO 6.- Capital Suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es:

Tabla 87

Capital suscrito

Valor total	Nº acciones	Valor nominal
\$ 15.000.000	150	\$100.000

Fuente: Camara de comercio.

Los accionistas han suscrito el capital de la siguiente forma:

Tabla 88

Acciones suscritas

Accionista	No de acciones	Valor	%
Deini Yined Diaz	75	\$7.500.000	50
Eliana Vargas	75	\$7.500.000	50

Fuente: Camara de comercio.

ARTÍCULO 7.- Capital Pagado. - El capital pagado de la sociedad es:

Tabla 89

Capital pagado

Valor total	Nº acciones	Valor nominal
\$ 15.000.000	150	\$ 100.000

Fuente: Camara de comercio.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital. - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

ARTÍCULO 8.- Derechos que confieren las acciones. - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias.

A cada acción le corresponden los siguientes derechos:

- a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;

- c) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008;
- d) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

ARTÍCULO 9.- Naturaleza de las acciones. - Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley.

ARTICULO 10.-Aumento del capital suscrito. El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

ARTICULO 11.- Derecho de Preferencia. Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de

colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo 1.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo 2.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

ARTICULO 12.- Clases y Serie de Acciones. - Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo. - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

ARTICULO 13.- Voto Múltiple. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

ARTÍCULO 14.- Acciones de Pago. - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

ARTÍCULO 15- Transferencia de Acciones a una Fiducia Mercantil. - Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

ARTICULO 16.- Restricciones a la Negociación de Acciones. - Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

ARTICULO 17.- Cambio de Control- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Dirección, Administración, Representación Y Revisoría Fiscal De La Sociedad

ARTÍCULO 18.- Órganos de la sociedad. - La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal denominado gerente. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

ARTÍCULO 19.- Sociedad devenida unipersonal. - La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas o documento privado debidamente asentados en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 20.- Asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el

representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el ARTÍCULO 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente. Son funciones de la asamblea general entre otras:

- ✓ Aprobar su propio reglamento.
- ✓ Ejercer la suprema dirección de la sociedad y velar por el cumplimiento de su objeto social, interpretar los estatutos, fijar la orientación y política generales de sus actividades.
- ✓ Reformar los estatutos.
- ✓ Elegir y remover libremente y asignarle remuneración al gerente para períodos de un año por el sistema de mayoría simple.
- ✓ Estudiar, aprobar o improbar, con carácter definitivo, los estados financieros e informes de gestión presentados a su consideración por el representante legal.
- ✓ Decretar la disolución y liquidación de la sociedad.
- ✓ Elegir el liquidador o los liquidadores al hacerse la liquidación.
- ✓ Las demás que le correspondan por naturaleza, como máximo órgano de La sociedad y que no hayan sido asignadas por los estatutos a otro órgano.

ARTÍCULO 21.- Convocatoria a la asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por el representante legal de la sociedad por medio escrito, electrónico, telefónico, o por el medio más expedito que considere quien efectúe las convocatorias dirigidas a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles, tanto para las reuniones ordinarias como extraordinarias. Ha de tenerse en cuenta que para el computo de los días no debe tenerse en cuenta el día de la convocatoria ni el día de la reunión.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

ARTÍCULO 22.- Reuniones. - La Asamblea de accionistas se reunirá ordinariamente una vez al año, a más tardar último día del mes de marzo y extraordinariamente cuando sea convocada por ella misma o por el representante legal.

Las reuniones ordinarias tendrán como finalidad estudiar las cuentas, el balance general de fin de ejercicio, acordar todas las orientaciones y medidas necesarias para el cumplimiento del objeto social y determinar las directrices generales acordes con la situación económica y financiera de la sociedad.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando lo requieran las necesidades imprevistas o urgentes.

Parágrafo 1.- Reunión Por Derecho Propio: En el evento en que transcurridos los tres primeros meses del año, no se haya efectuado la convocatoria para las reuniones ordinarias, la

Asamblea General, se reunirá por derecho propio y sin necesidad de convocatoria, el primer día hábil del mes de abril, a las 10:00 a.m., en las instalaciones donde funcione la administración de la sociedad. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de asociados.

Parágrafo 2.- Reunión de Segunda Convocatoria: Si se convoca la Asamblea General y ésta no se reúne por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con cualquier número plural de accionistas. La nueva reunión no deberá efectuarse antes de los diez (10) días hábiles, ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de accionistas.

Parágrafo 3.- Reuniones No Presenciales: La Asamblea General podrá realizar las reuniones ordinarias y extraordinarias, de manera no presencial, siempre que se encuentre participando la totalidad de los accionistas. Tales reuniones pueden desarrollarse con comunicaciones simultáneas y sucesivas, es decir un medio que los reúna a todos a la vez, como el correo electrónico, la tele-conferencia, etc., o mediante comunicaciones escritas dirigidas al Representante Legal en las cuales se manifieste la intención del voto sobre un aspecto concreto, siempre que no pase más de un mes, desde el recibo de la primera comunicación y la última.

Parágrafo 4.- Reuniones universales: La Asamblea General se reunirá válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de los accionistas.

ARTÍCULO 23.- Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos o en la ley se prevea una mayoría decisoria superior para algunas decisiones, tales como:

- ✓ La realización de procesos de transformación, fusión o escisión debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.
- ✓ La modificación de la cláusula compromisoria debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.

ARTÍCULO 24.- Actas. - Las decisiones de la Asamblea General de Accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados con indicaciones de las acciones suscritas que poseen o representan, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción

de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

ARTÍCULO 25.- Representación Legal - Gerente. - La representación legal de la Sociedad por Acciones Simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien tendrá un suplente designado por la asamblea general de accionistas para un término de un año.

En caso de que la asamblea no realice un nuevo nombramiento, el representante legal continuará en el ejercicio de su cargo hasta tanto no se efectúe una nueva designación.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionista.

ARTÍCULO 26.- Facultades del representante legal - Gerente. - La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por

parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

ARTÍCULO 27.- Revisoría Fiscal. La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

Capítulo IV

Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades

ARTÍCULO 28.-. Estados Financieros Y Derecho De Inspección. La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 29. Reserva Legal. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 30. Utilidades, Reservas Y Dividendos. Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

Capítulo V

Disolución y Liquidación

ARTÍCULO 31.- Disolución. - La sociedad se disolverá:

- ✓ Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración.
- ✓ Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

- ✓ Por la iniciación del trámite de liquidación judicial
- ✓ Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
- ✓ Por orden de autoridad competente.
- ✓ Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 32.- Enervamiento de las causales de disolución. - Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

ARTÍCULO 33.- Reactivación. - La asamblea general de accionistas o el accionista único podrá, en cualquier momento posterior a la iniciación de la liquidación, acordar la reactivación de la sociedad siempre que el pasivo externo no supere el 70% de los activos sociales y que no se haya iniciado la distribución de los remanentes a los accionistas.

Para la reactivación, el liquidador de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas un proyecto que contendrá los motivos que dan lugar a la misma y los hechos que acreditan las condiciones previstas en el inciso anterior.

Igualmente deberán prepararse estados financieros extraordinarios, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes, con fecha de corte no mayor a treinta días contados hacia atrás de la fecha de la convocatoria a la reunión del máximo órgano social.

La decisión de reactivación debe ser aprobada por el 100% de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 34.- Liquidación. - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades señalado en los artículos 225 y siguientes del Código de Comercio. Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

Capítulo VI

Disposiciones Varias

ARTÍCULO 35.- Cláusula Compromisoria. - Toda diferencia que surja entre un accionista con el órgano de dirección y/o el representante legal, y entre éste y la sociedad, que no pueda resolverse directamente por las partes y que sea susceptible de transigir será resuelta en primera instancia, a través de la conciliación extrajudicial en derecho, que se solicitará ante el Centro Integral de Solución de Conflictos de la Cámara de Comercio de La Guajira. En caso que

la audiencia se declaró fallida o no exista ánimo conciliatorio, se solicitará ante el mismo Centro que se integre un Tribunal de Arbitramento, al cual se someterá la diferencia existente entre las partes, decidirá en derecho y el laudo hará tránsito a cosa juzgada, salvo que la ley disponga otra cosa; se regirá conforme al reglamento establecido en el Centro Integral de Solución de Conflictos de la Cámara de Comercio de La Guajira y a lo dispuesto en la ley; será integrado por un número impar de árbitros, bien sea uno o tres, el que se requiera en el caso concreto conforme a la cuantía estimada en el conflicto.

ARTÍCULO 36.- Remisión normativa. - De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

Capítulo VII

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

ARTÍCULO 26.- Nombramientos. - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado por unanimidad en este acto constitutivo, a DEINI YINED DIAZ, identificada con el documento de identidad No. 38.015.762, como gerente de MOMENTOS MAGICOS S.A.S., por el término de 1 año.

DEINI YINED DIAZ y ELIANA VARGAS, participa (n) en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de MOMENTOS MAGICOS S.A.S.

Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008.

(Camara de Comercio de Ibague)

En constancia firman los socios accionistas constituyentes:

C.C.

C.C.