



**PLAN DE NEGOCIO - FORTALECIMIENTO
EMPRESA: CREACIONES YANDY**

**DÍAZ MOLINARI YULI TATIANA - ID: 483875
ESTUDIANTE**

**ANA MILENA ALZATE OCAMPO
DOCENTE**

**ADMINISTRACIÓN EN SALUD OCUPACIONAL – X SEMESTRE
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
BUENAVENTURA – VALLE
20019**



DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a aquellas personas que en algún momento de mi vida han querido reprimirme, con frases y actitudes negativas hacia mi persona.

El proceso de aprendizaje ha servido para fortalecer mis conocimientos, direccionando mi visión a un enfoque de crecimiento personal, en el cual me he demostrado a mí misma las capacidades que tengo para salir adelante.



AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por la inspiración que me brinda para la creación de este proyecto el cual está enfocado en dar a conocer mis habilidades a través de CREACIONES YANDY, a mis padres porque han sido parte fundamental en todo mi proceso formativo desde la primaria hasta este momento, también quiero agradecer a mis tutores por enriquecer mis conocimientos y ayudarme en el proceso para visionar a CREACIONES YANDY como una empresa líder y ejemplo de emprendimiento.

RESUMEN EJECUTIVO

Las unidades desarrolladas del presente trabajo son la agrupación de estrategias que conllevaran a un emprendedor a tomar decisiones frente a los alcances que desea obtener por medio de los objetivos empresariales.

La finalidad de la opción de grado tiene como objetivo implementar un plan de negocio enfocado en el fortalecimiento empresarial para aplicarlos en la microempresa CREACIONES YANDY la cual inicio de forma online en el Distrito de Buenaventura, conformada por Yuli Tatiana Díaz Molinari como razón social, Nit: 1111756362-1; la integración, pedagogía y calidad humana hacen parte de la Misión, Visión y Objetivos de la misma; nuestro organigrama actual está conformado por dos personas, una hace las veces de animadora, recreacionista, dama de protocolo, decoradora de eventos y organizadora de detalles y la otra persona se contrata por evento ya sea para las funciones de Dj u operario.

Se implementaron procesos de planeación incluyendo matrices basadas en las actividades, servicios y competencia para el mejoramiento de la misma ya que la publicidad se maneja por medios de las redes sociales y en ocasiones físicamente.

El flujo de procesos mediante diagramas, el estudio de mercado a través de encuestas y el análisis financiero se realizó con el fin de identificar el estado actual de la microempresa, la cual requiere herramientas tecnológicas para la sistematización de ventas e inventario, convenios con proveedores, compra de materiales e insumos, equipos de cómputo, entre otros.

Los aspectos legales que conforman la microempresa están enfocados en la certificación de la Cámara de Comercio, el Rut y la constitución jurídica como persona natural.

Se realiza análisis DOFA que permite evidenciar las acciones de mejora que debe implementar CREACIONES YANDY, sumado a esto el plan de acción, encuesta y cronogramas para el desarrollo de la misma.

LISTAS DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de competencias.....	Pág: 14
Tabla 2. Estimación de la demanda potencial (nivel de confianza y puntuación).....	Pág: 17
Tabla 3. Identificación y análisis de la competencia.....	Pág: 18
Tabla 4. Estrategia de mercado - Matriz DOFA.....	Pág: 18
Tabla 5. Estructura organizacional – Gerente.....	Pág: 47
Tabla 6. Estructura organizacional – Contador.....	Pág: 48
Tabla 7. Estructura organizacional – Secretaria.....	Pág: 48
Tabla 8. Estructura organizacional – Recreacionista.....	Pág: 49
Tabla 9. Estructura organizacional – Conductor.....	Pág: 50
Tabla 10. Estructura organizacional – Dj.....	Pág: 51
Tabla 11. Estructura organizacional – Operario.....	Pág: 52
Tabla 12. Costos fijos proyectados - cargos.....	Pág: 54
Tabla 13. Gastos administrativos.....	Pág: 55
Tabla 14. Otros gastos administrativos.....	Pág: 55
Tabla 15. Costos variables proyectados.....	Pág: 55
Tabla 16. Ingresos y ventas proyectados.....	Pág: 55
Tabla 17. Valor despacho.....	Pág: 56
Tabla 18. Flujo de caja.....	Pág: 56
Tabla 19. Plan operativo.....	Pág: 58
Tabla 20. Cronograma de actividades – Recreación / animación y protocolo.....	Pág: 59

Tabla 21. Cronograma de actividades – Decoración de eventos.....	Pág: 60
Tabla 22. Cronograma de actividades – Desayunos sorpresa.....	Pág: 61
Tabla 23. Niveles de impacto.....	Pág: 62
Tabla 24. Impacto económico.....	Pág: 62
Tabla 25. Impacto social.....	Pág: 63
Tabla 26. Impacto ambiental.....	Pág: 63

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas – Efectos y causas.....	Pág: 12
Figura 2. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 1.....	Pág: 21
Figura 3. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 2.....	Pág: 22
Figura 4. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 3.....	Pág: 23
Figura 5. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 4.....	Pág: 24
Figura 6. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 5.....	Pág: 25
Figura 7. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 6.....	Pág: 26
Figura 8. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 7.....	Pág: 27
Figura 9. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 8.....	Pág: 28
Figura 10. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 9.....	Pág: 29
Figura 11. Encuesta CREACIONES YANDY- pregunta 10.....	Pág: 30
Figura 12. Estudio técnico – Diag., chiva multifuncional.....	Pág: 36
Figura 13. Descripción del Proceso – Diag., decoración de eventos.....	Pág: 39
Figura 14. Descripción del Proceso – Diag., jornadas recreativas, animación y protocolo.....	Pág: 40
Figura 15. Descripción del Proceso – Diag., desayunos sorpresa.....	Pág: 41
Figura 16. Descripción del Proceso – Diagrama chiva multifuncional.....	Pág: 42
Figura 17. Plano o diseño de las instalaciones de CREACIONES YANDY.....	Pág: 44
Figura 18. Organigrama actual.....	Pág: 46
Figura 19. Organigrama proyectado.....	Pág: 46

TABLA DE CONTENIDO

1. Presentación del Problema.....	Pág: 11
1.1 Situación Actual y Magnitud del Problema.....	Pág: 11
1.2 Causas.....	Pág: 11
1.3 Efectos.....	Pág:11
1.4 Justificación.....	Pág: 13
1.5 Objetivos.....	Pág: 13
1.5.1 Objetivo General.....	Pág: 13
1.5.2 Objetivos Específicos.....	Pág: 13
2. Estudio de Mercado.....	Pág: 14
2.1 Contexto del Mercado y Antecedentes.....	Pág: 15
2.2 Análisis y Caracterización del Consumidor.....	Pág: 16
2.2.1 Selección de la Población Objeto.....	Pág: 16
2.2.2 Estimación de la Demanda Potencial.....	Pág: 16
2.3 Identificación y Análisis de la Competencia.....	Pág: 18
2.4 Estrategias de Mercado.....	Pág: 18
2.4.1 Canales de Comercialización y Distribución.....	Pág: 20
2.4.2 Estrategias de Aprovisionamiento (Proveedores).....	Pág: 20
2.4.3 Estrategias en Precios.....	Pág: 20
2.4.4 Estrategias de Promoción y Publicidad.....	Pág: 20
3. Propuesta de Negocio.....	Pág: 30

3.1	Características del Producto o Servicio.....	Pág: 31
3.2	Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor.....	Pág: 34
4.	Estudio Técnico.....	Pág: 36
4.1	Balance de Requerimientos.....	Pág: 38
4.2	Descripción del Proceso.....	Pág: 39
4.3	Capacidad.....	Pág: 43
4.4	Localización.....	Pág: 43
4.4.1	Macro y Micro localización.....	Pág: 43
4.4.2	Evaluación de la Alternativa.....	Pág: 43
4.5	Plano o Diseño de las Instalaciones.....	Pág: 44
5.	Estudio Organizacional.....	Pág: 45
5.1	Tipo y Naturaleza de la Empresa.....	Pág: 45
5.2	Constitución de la Empresa y Aspectos Leales.....	Pág: 45
5.3	Estructura Organizacional.....	Pág: 46
5.4	Estrategias Corporativas.....	Pág: 53
5.4.1	Políticas.....	Pág: 53
5.4.2	Valores Corporativos.....	Pág: 53
6.	Estudio Financiero.....	Pág: 54
6.1	Inversiones.....	Pág: 54
6.2	Costos.....	Pág: 55
6.3	Ingresos de Venta.....	Pág: 55
6.4	Valor de Despacho.....	Pág: 56

6.5	Flujo de Caja.....	Pág: 56
6.6	Indicadores Financieros.....	Pág: 56
7.	Plan Operativo.....	Pág: 58
7.1	Cronograma de Actividades.....	Pág: 59
8.	Impactos.....	Pág: 62
8.1	Impacto Económico.....	Pág: 62
8.2	Impacto Social.....	Pág: 63
8.3	Impacto Ambiental.....	Pág: 63
9.	Conclusiones.....	Pág: 63
10.	Perfil de los Emprendedores.....	Pág: 64
11.	Referencia Bibliográfica.....	Pág: 68
12.	Anexos.....	Pág: 70
12.1	Histórico de ventas 2016 – Anexo 1.....	Pág: 70
12.2	Histórico de ventas 2017 – Anexo 2.....	Pág: 71
12.3	Histórico de ventas 2018 – Anexo 3.....	Pág: 73
12.4	Histórico de ventas 2019 – Anexo 4.....	Pág: 74
12.5	Encuesta.....	Pág:76

1. Presentación del Problema.

Las personas al querer celebrar una fecha especial necesitan ser guiados, por esta razón CREACIONES YANDY ofrece varias opciones. Nuestro propósito es satisfacer las necesidades de los clientes a precios asequibles, teniendo en cuenta que brindamos asesoría e incluimos el servicio a domicilio como valor agregado.

Problema: Falta de tiempo y conocimiento por parte de los clientes para organizar eventos en fechas especiales.

1.1 Situación Actual y Magnitud del Problema.

Algunos inconvenientes que causa el problema es que en muchas ocasiones los clientes dejan todo para el último momento y otros no conocen el sector de eventos; CREACIONES YANDY al comprar materiales de un día para otro corre el riesgo de no encontrar los materiales que realmente se necesitan y a veces hay que ser recursivos e innovadores en la solución, para satisfacer las necesidades de los clientes.

Frente a esta problemática se plantea el interrogante de ¿cómo solucionar la falta de tiempo y conocimiento por parte de los clientes para organizar sus eventos en fechas especiales?

CREACIONES YANDY ofrece como alternativa de solución al interrogante anterior, asesorías coherentes frente al tema, articuladas con las necesidades de los clientes, pensando así en el diseño y ejecución de un plan de negocios que permita diversificar y ampliar la gama de servicios ofrecidos.

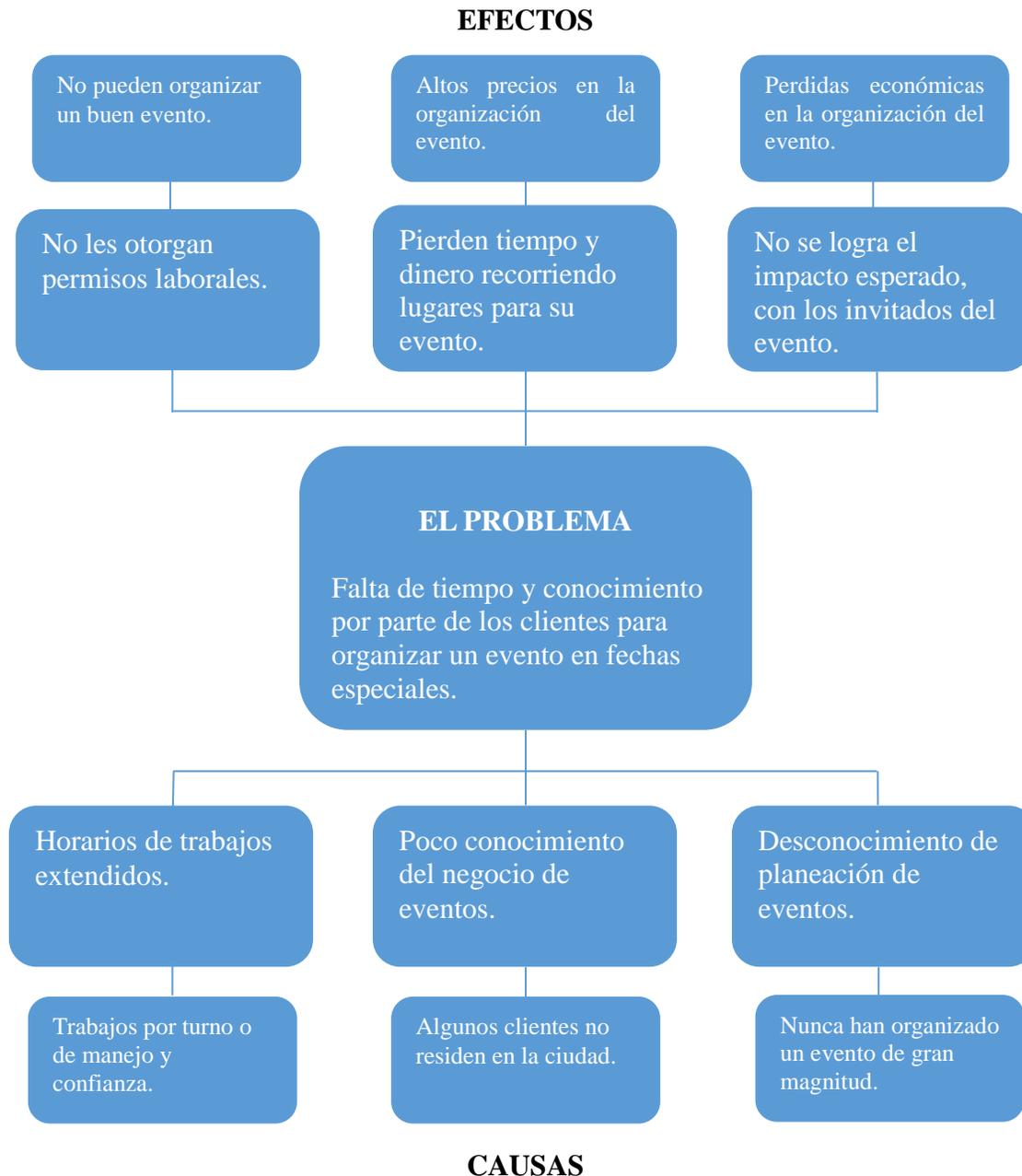
1.2 Causas (clientes):

- Los clientes tienen horarios de trabajos extendidos; trabajos por turno o de manejo y confianza (directivos).
- Poco conocimiento del negocio de eventos; algunos clientes no residen en la ciudad.
- Desconocimiento de planeación de eventos; nunca han organizado un evento de gran magnitud.

1.3 Efectos (clientes):

- A los clientes no les otorgan permisos laborales; por esta razón no pueden organizar un buen evento.
- Pierden tiempo y dinero recorriendo lugares para su evento; altos precios en la organización del evento.
- No se logra el impacto esperado, con los invitados del evento; pérdidas económicas en la organización del evento.

Árbol de problemas (Figura 1).



1.4 Justificación:

Las personas tanto naturales como jurídicas que cuentan con ingresos o ahorros para organizar eventos especiales en su vida o en la misión o razón de ser para el caso de las empresas, en algunas ocasiones no cuentan con el tiempo, ni conocen la ubicación, tampoco los productos de las empresas proveedoras para llevar a cabo con éxito su evento.

Por esta razón CREACIONES YANDY ha estado en ocasiones como: cumpleaños, baby shower, primera comunión, etc., estos eventos han sido para personas naturales. Y en el caso de las empresas, los eventos han sido para: entidades públicas y privadas donde se han realizado: fiestas de halloween, amor y amistad, integraciones, jornadas recreativas y mingas, tanto para los trabajadores como diversas comunas del Distrito de Buenaventura.

Estos eventos son de vital importancia para la imagen de los organizadores frente a la sociedad en general o su público objeto, siendo consciente de esta situación, cuando CREACIONES YANDY presta sus servicios a estos clientes se caracteriza por el trabajo en equipo, la integración social y familiar con enfoque pedagógico y de concientización; estas actividades son un plus motivacional para todo tipo de personas incluyendo a los trabajadores de las organizaciones.

Gracias a las experiencias vividas en el sector durante el 2015 y legalmente constituida y certificada a partir del 2016, CREACIONES YANDY ha planteado un camino de solución a sus clientes reales y potenciales, a través de la prestación de servicios como: decoración, protocolo, animación, recreación y desayunos sorpresa, con los cuales se ha tenido mucho éxito. Y como ha detectado otras necesidades de diversificación en el sector que se convierten en oportunidades de negocio, se está estudiando la viabilidad de implementar nuevos servicios en su portafolio, tales como: una chiva multifuncional (cultural, pedagógica, ecológica y rumbera).

1.5 Objetivos.

1.5.1 Objetivo General.

Fortalecer la empresa CREACIONES YANDY, a través de un plan de negocios donde se proyecte la viabilidad y la factibilidad de la diversificación de paquetes de recreación y organización de eventos en el Distrito de Buenaventura.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Realizar estudio de mercado donde se evalué la viabilidad de los cambios que se realizaran en el portafolio de servicios de CREACIONES YANDY.
- Crear una propuesta de negocio innovadora que genere valor a la empresa como al cliente.
- Desarrollar estudio financiero, con el fin de conocer la factibilidad del negocio y su rentabilidad a mediano plazo.
- Realizar estudio organizacional, con el fin de determinar la estructura orgánica y legal que le garantiza una mayor eficiencia a la empresa.

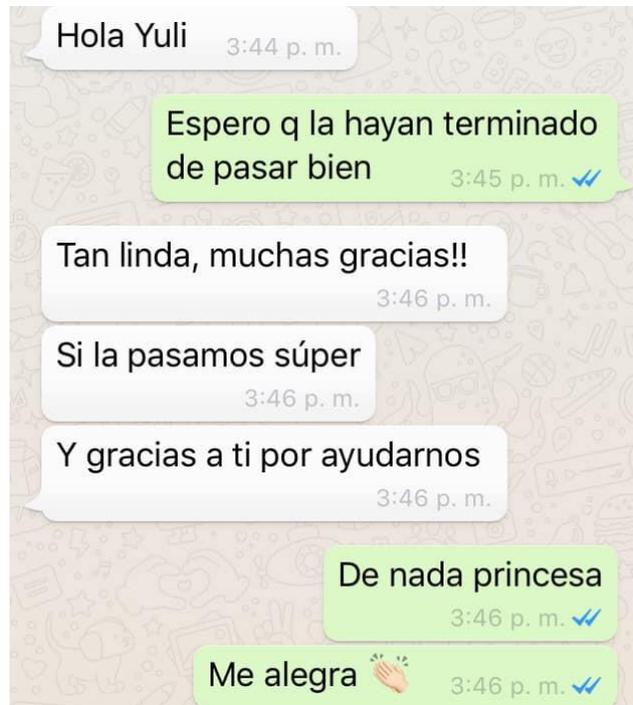
2. Estudio de Mercado.

Al analizar la oferta y demanda acerca de los servicios que brinda la microempresa, se determinan que sí son rentables los servicios que se prestan (animación, recreación, protocolo, decoración de eventos y desayuno sorpresa). Gracias a la gran acogida que tienen las redes sociales, CREACIONES YANDY ha tenido cotizaciones y compras directas desde Rusia, Italia, Chile, Australia, España, Cali, Buga y Buenaventura.

- Se investiga y analiza a la competencia (Tabla 1).

MATRIZ DE COMPETENCIAS						
CARACTERISTICA	Producto 1 (Animación de eventos)			Producto 2 (Decoración de fiestas)		
	Empresa 1 CREACIONES DIVA	Empresa 2 MAGIA PRODUCCIONES	Mi empresa CREACIONES YANDY	Empresa 1 PRESTIGE DECORACIONES	Empresa 2 MOMENTOS MAGICOS	Mi empresa CREACIONES YANDY
Variable 1	Animador (a) en fiestas infantiles y empresariales	Locutora, animadora y recreacionista en eventos infantiles y empresariales	Animador (a) de fiestas infantiles y recreacionista en eventos empresariales	Decoraciones de eventos empresariales y fiestas en general	Decoraciones de eventos empresariales y fiestas en general	Decoraciones de eventos (fiestas infantiles, baby shower y 15 años)
Variable 2	Dama de protocolo en matrimonios y 15 años		Dama de protocolo en 15 años			
CARACTERISTICA	Producto 3 (Detalles y Desayunos Sorpresa)			Producto 4 (Chiva Multifuncional)		
	Empresa 1 EXCLUSIVE FLORES Y EVENTOS	Empresa 2 DETALLES CAMI	Mi empresa CREACIONES YANDY	Mi empresa CREACIONES YANDY		
Variable 1	Arreglos florales, detalles y desayunos sorpresa	Arreglos florales, detalles y desayunos sorpresa	Empaques de regalo, cajas sorpresa y desayunos (incluye domicilio)	(Nuevo servicio) Chiva cultura, pedagógica, ecológica y rumbera, para personas naturales, empresas privadas y públicas, e instituciones como: colegios, universidades, etc.		

- Estrategia post venta: Los clientes dan a conocer su opinión por medio de una crítica constructiva a través del WhatsApp o el Messenger.



2.1 Contexto del Mercado y Antecedentes.

CREACIONES YANDY oficialmente realizo su apertura en abril del 2015, al verificar la rentabilidad de la microempresa yo Yuli Tatiana Díaz Molinari como representante legal decido registrarla en la Cámara de Comercio de Buenaventura el 11 de abril de 2016 para brindar servicios legalmente constituidos mediante los códigos CIIU – (Clasificación Internacional Industrial Uniforme), cuyo propósito es clasificar las actividades económicas de los empresarios.

- **Misión:** Integrar a las personas a nivel social y familiar con un enfoque pedagógico el cual se ve reflejado en el rostro de nuestros clientes por medio de sonrisas de satisfacción gracias a nuestra labor mediante la entrega de detalles en fechas especiales, decoración, recreación, protocolo y animación de eventos; a través de nuestra experiencia, el uso de materiales y equipos que demuestran la calidad de nuestro trabajo han contribuido a que traspasemos fronteras por medio de las redes sociales.
- **Visión:** Para el 2022 CREACIONES YANDY se consolidará como una empresa rentable, con calidad humana e implementará nuevos servicios tecnológicos que permitirán la excelente prestación de los servicios con enfoque ambiental.

2.2 Análisis y Caracterización del Consumidor.

El nacimiento de un bebé, celebrar una graduación, cumplir años, animar, recrear y recibir un detalle han hecho que las personas pongan un voto de confianza en CREACIONES YANDY; nuestros servicios están enfocados en ayudar a los clientes a satisfacer sus necesidades y apoyándolos para sorprender sus seres queridos en fechas especiales.

2.2.1 Selección de la Población Objeto.

Jóvenes y adultos, desde los 15 hasta los 60 años aproximadamente, nativos y residentes del Distrito especial, industrial, portuario, biodiverso y ecoturístico de Buenaventura, los cuales son estudiantes y trabajadores; contactan a CREACIONES YANDY por medio de las redes sociales para cotizar y/o comprar alguno de los servicios que la microempresa ofrece.

2.2.2 Estimación de la Demanda Potencial.

La proyección de población de edades del Dane para el año 2019, según el último Anuario Estadístico 2012 -2013 (Página 23) elaborado por la Cámara de Comercio de Buenaventura, nos indica que Buenaventura tiene una población de 432.501 personas. De acuerdo al cálculo seleccionado para el proyecto es del 95% con un margen de error del 5%, y se realizan 384 encuestas.

El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completas que tu encuesta recibe. Se le llama muestra porque solo representa parte del grupo de personas (o población objetivo) cuyas opiniones o comportamiento te interesan. Por ejemplo, una forma de obtener una muestra es usar una “muestra aleatoria”, en la que los encuestados se eligen completamente al azar de entre la población total del grupo objetivo

Tamaño de la población: La cantidad total de personas en el grupo que deseas estudiar. Si estás tomando una muestra aleatoria de personas en EE. UU., entonces el tamaño de tu población será aproximadamente de 317 millones. De igual forma, si estás realizando una encuesta en tu empresa, el tamaño de la población es la cantidad total de empleados.

Margen de error: Un porcentaje que te dice en qué medida puedes esperar que los resultados de tu encuesta reflejen la opinión de la población general. Entre más pequeño sea el margen de error, más cerca estarás de tener la respuesta correcta en un determinado nivel de confianza.

Tamaño de la muestra:

$$1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)$$

- **N** = tamaño de la población.
- **e** = margen de error (porcentaje expresado con decimales).
- **z** = puntuación z.

La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media. Para encontrar la puntuación z adecuada, consulta la tabla a continuación: (Tabla 2).

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

2.3 Identificación y Análisis de la Competencia (Tabla 3).

EMPRESA	PRODUCTO / SERVICIOS	UBICACION	PRECIOS POR EVENTO
Magia Producciones	-Locutora -Disc jockey -Animadora -Recreacionista	Buenaventura	\$100.000 x hora
Creaciones Diva	-Animadores -Dama de protocolo -Desayunos sorpresa	Buenaventura	\$300.000 a \$600.000 \$400.000 \$50.000 en adelante
Momentos Mágicos	-Decorador de eventos -Animador	Buenaventura	\$400.000 a \$3'000.000 \$300.000
Prestige	-Decoradoras de evento	Buenaventura	\$300.000 a \$6'000.000
Exclusive	-Arreglos florales -Detalles -Desayunos sorpresa	Buenaventura	\$50.000 en adelante
Detalles Cami	-Arreglos florales -Detalles -Desayunos sorpresa	Buenaventura	\$50.000 en adelante

2.4 Estrategias de Mercado.

Con base en el análisis que se hace en la matriz de competencia, se decide elaborar la matriz DOFA para CREACIONES YANDY, que aparece a continuación (Tabla 4).

<h1>DOFA</h1> <i>(Creaciones Yandy)</i>	AMENAZAS <i>(Externo)</i>	OPORTUNIDADES <i>(Externo)</i>
	<p>A. Competidores con servicios más económicos.</p> <p>B. Posibles atracos al prestar los servicios, delincuencia común.</p>	<p>A. Acceso a clientes nacionales e internacionales.</p> <p>B. Accesos a fuentes de financiación.</p> <p>C. Participación en convocatorias.</p> <p>D. Competidores con poca innovación de servicios pedagógicos.</p>

<p>DEBILIDADES</p> <p><i>(Interno)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de recursos económicos. 2. Pocas estrategias organizacionales. 3. Bajo reconocimiento en el mercado. 4. Escases de herramientas de trabajo. 5. Carece de personal. 6. Falta de herramienta tecnológica como el software contable. 7. Carencia de infraestructura para implementar un local o establecimiento físico. 8. Posturas inadecuadas, movimientos repetitivos. 9. Estrés laboral por aumento o carencia de pedidos. 	<p>DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. A. Estrategias pedagógicas enfocadas en la integración familiar y social, como valor agregado. 1. B. Afiliación a una aseguradora (póliza). 	<p>DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. C. Participar en las diferentes convocatorias que se realicen a nivel local y nacional. 4. B. Adquirir materiales, insumos y equipos de trabajo nuevos para implementar en la microempresa.
<p>FORTALEZAS</p> <p><i>(Interno)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad reflejada a través de los servicios. 2. Precios asequibles. 3. Talento humano idóneo. 	<p>FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. A. Contratar personal idóneo, para que desempeñen diversos cargos de acuerdo a la labor que le asigne. 5. A. Estipular el servicio a domicilio como valor 	<p>FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. A. Servicios de calidad a todo tipo de clientes, a nivel local, nacional e internacional. 1. D. Materiales e insumos de buena calidad para realizar

<p>4. Temáticas de acuerdo a lo que desea el cliente.</p> <p>5. Todos los servicios que presta la empresa incluyen domicilio.</p> <p>6. Cuenta con personal de seguridad y salud en el trabajo.</p>	agregado.	actividades con enfoque pedagógico a todo tipo de clientes.
---	-----------	---

2.4.1 Canales de Comercialización y Distribución.

Canal propio o directo: La propia empresa se encarga de hacer llegar su producto o servicio al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delega procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor.

El medio que CREACIONES YANDY maneja actualmente para que los clientes visualicen los servicios es a través de las redes sociales, mediante las páginas de Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger.

A futuro la microempresa contara con una oficina/establecimiento como punto de referencia para aquellos clientes que deseen adquirir los servicios de forma presencial. (Gemma Juan Giner, 12 septiembre, 2019).

2.4.2 Estrategias de Aprovisionamiento (Proveedores).

Esta estrategia esta enfocada en abastecer la microempresa en cuanto a productos, materiales, insumos y equipos, para generar ganancias mediante las compras al por mayor, mediante convenios con proveedores con el propósito de almacenarlos manteniendo una existencia mínima a la mano para no negar los servicios a los clientes.

2.4.3 Estrategias en Precios.

En CREACIONES YANDY para fijar un precio se tienen en cuenta varios factores, como son:

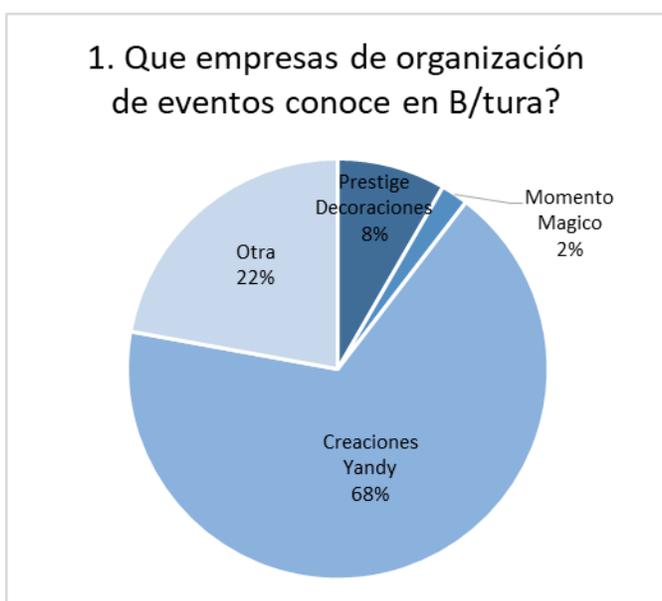
- Los competidores.
- Costo real de los productos, materiales, etc., (calidad).
- Gastos adicionales como viáticos (transporte, comida, hospedaje, etc.)
- Tiempo estipulado en que se presta el servicio.
- Servicio a domicilio, publicidad de la empresa, etc.

2.4.4 Estrategias de Promoción y Publicidad.

CREACIONES YANDY realizó una encuesta general de acuerdo a la demandan potencial, el cálculo seleccionado para el proyecto es del 95% con un margen de error del 5%, y se realizan 384 encuestas por medio de las redes sociales.

La primera pregunta se realizó con el fin de identificar que tanto conocen las personas a nivel local, nacional e internacional en cuestión de empresas organizadoras de eventos en el Distrito de Buenaventura; 32=8% personas saben acerca de Prestige Decoraciones una empresa con más de 20 años de trayectoria, la cual maneja las redes sociales desde hace 1 años aproximadamente; 8=2% distinguen a Momento Mágico empresa no certificada con más de 8 años en el área de eventos la cual se identificaba con otro nombre hasta hace unos meses; 259=86% dicen conocer a Creaciones Yandy en su mayoría las personas la identifican por medio de las redes sociales, aunque no todos los encuestados han adquirido un servicio como cliente; y 85=22% hace referencia a otras empresas como floristerías, salones de eventos, etc., (Figura 2).

1. Qué empresas de organización de Eventos conoce en B/tura?			
a. Prestige decoraciones.	b. Momento mágico.	c. Creaciones yandy.	d. Otra.
32	8	259	85

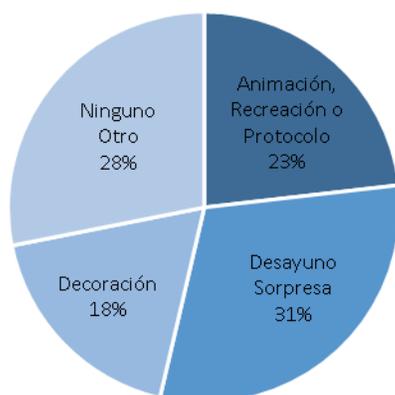


La segunda pregunta reconoce los servicios más habituales en cuestión de eventos, 89=23% de personas han contratado alguna de las empresas mencionadas anteriormente para animación, recreación y/o protocolo; 117=31% dicen haber adquirido los desayunos sorpresa; 70=18% prefieren las decoraciones; y 108=28% manifiestan que nunca han comprado un servicio de los mencionados, sin embargo, identificaron los arreglos florales como alternativa (Figura 3).

2. Qué tipo de servicios ofrecen estas empresas, que usted a la fecha haya adquirido?

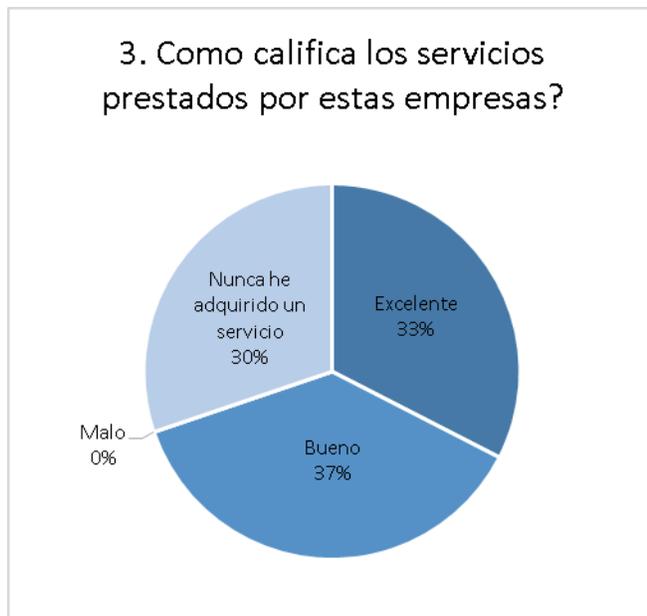
a. Animación, recreación o protocolo.	b. Desayunos sorpresa.	c. Decoración.	d. Ninguno / Otro.
89	117	70	108

2. Que servicio ofrecen estas empresas, que usted a la fecha haya adquirido?



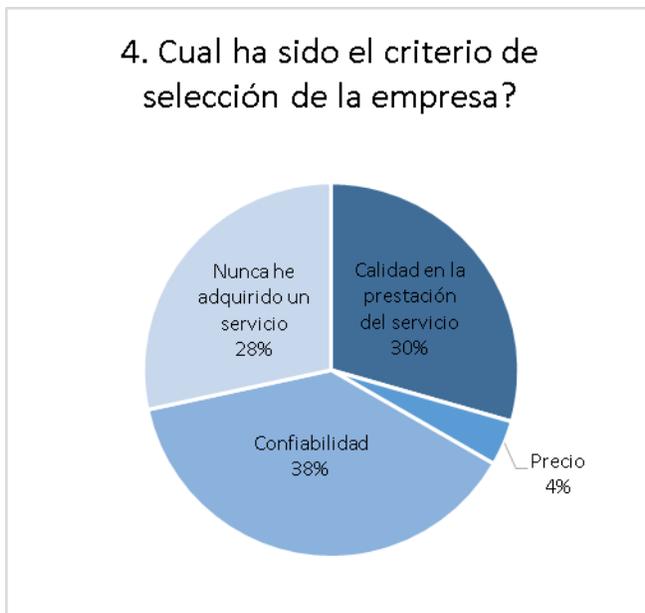
En la tercera pregunta quisimos saber cómo califican las persona, aunque no sean clientes, los servicios prestados por estas empresas, 125=33% manifestaron que los servicios son excelentes; 143=37% dijeron que son buenos; 0=0% ninguna persona califico los servicios como malos; 116=30% nunca han adquirido un servicio dentro del Distrito de Buenaventura (Figura 4).

3. Cómo califica el servicio prestado por estas empresas?			
a. Excelente.	b. Bueno.	c. Malo.	d. Nunca he adquirido un servicio.
125	143	0	116



La cuarta pregunta se realizó con fin de identificar el criterio de selección de las personas en cuanto a la prestación de servicios, 113=30% los clientes manifestaron que la calidad es importante; 15=4% dicen que los precios son asequible para ellos; 147=38% identifican las empresas como confiables; y 109=28% nunca han adquirido un servicio con estas empresas (Figura 5).

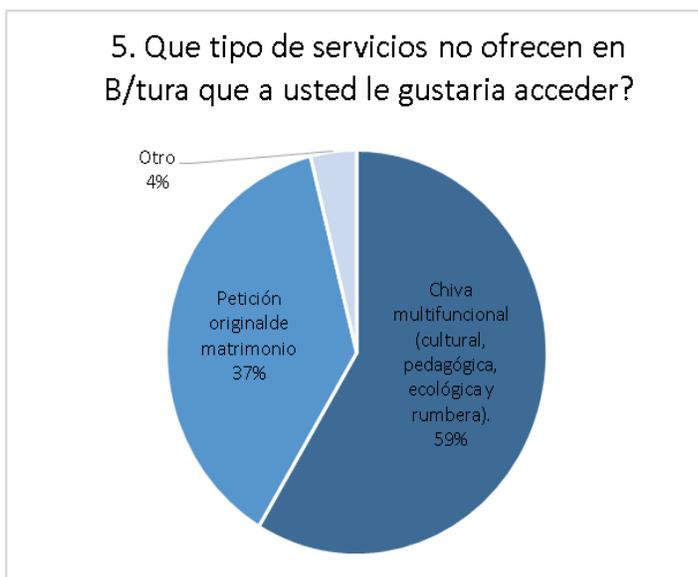
4.Cuál ha sido el criterio de selección de la empresa?			
a. Calidad en la Prestación del Servicio.	b. Precio.	c. Confiabilidad.	d. Nunca he adquirido un servicio.
113	15	147	109



La quinta pregunta identifica la ausencia de otros servicios en el sector de eventos dentro del Distrito de Buenaventura, motivo por el cual se abre el interrogante para varias opciones, 225=59% de personas les gustaría que implementáramos el servicio de chiva multifuncional (cultural, pedagógica, ecológica y rumbera); 144=37% les gustaría que se hicieran peticiones originales de matrimonio; 15=4% manifestaron que les gustaría adquirir el servicio de picnic diurno o nocturno (Figura 6).

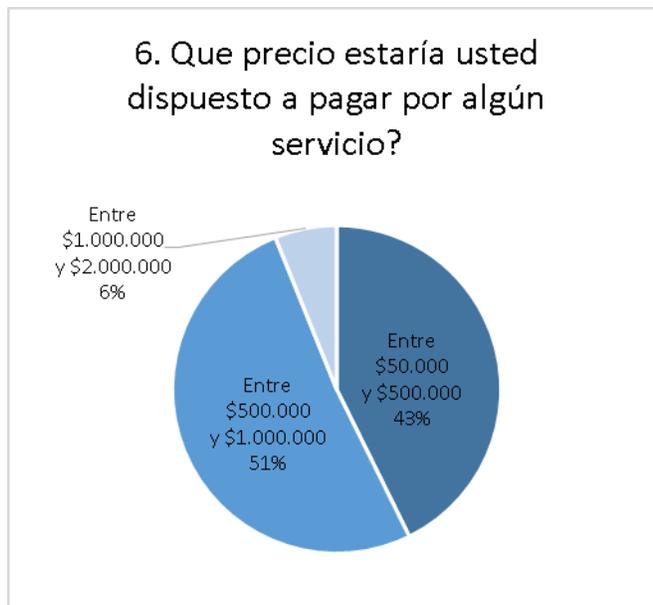
5. Qué tipo de servicios no ofrecen en Buenaventura que a usted le gustaría acceder?

a. Chiva multifuncional (cultura, pedagógica, ecológica y rumbera).	b. Petición Original de Matrimonio.	c. Otro.
225	144	15



En la sexta pregunta quisimos saber qué precio estarían dispuestos a pagar por algún servicio en cuestión de eventos, 161=43% de personas manifestaron que entre \$50.000 y \$500.000; 193=51% dijeron que entre \$500.000 y 1.000.000; y 23=6% escogieron la opción de \$1.000.000 y 2.000.000 (Figura 7).

6. Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por algún servicio?		
a. Entre 50.000 y 500.000	b. Entre 500.000 y 1.000.000	c. Entre 1.000.000 y 2.000.000
161	193	23



La séptima pregunta se realizó con el fin de identificar si las personas tenían conocimiento acerca de la entidad que los estaba encuestando, el formato original de dicha encuesta no estaba membretado motivo por el cual 314=82% de personas si sabían quién les enviaba la encuesta; y 70=18% no, la encuesta radicaba en enviarla a cliente, familiares y no conocidos para determinar que tanto sabían las personas acerca de CREACIONES YANDY (Figura 8).

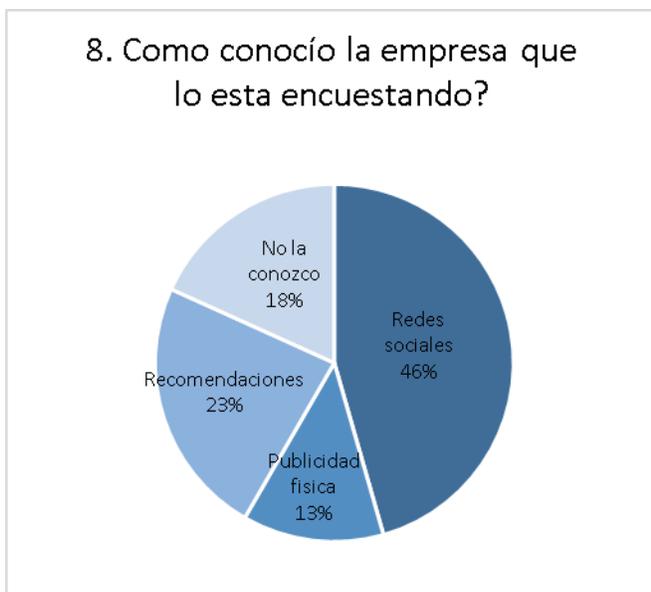
7. Sabe usted el nombre de la empresa que lo está encuestando?

a. Si	b. No
314	70



En la pregunta octava quisimos averiguar de qué forma conocieron la empresa que los estaba encuestando, 175=46% de personas dijeron que distingue a CREACIONES YANDY por medio de las redes sociales; 49=13% manifestaron que a través de publicidad física (tarjetas de presentación); 90=23% expresaron que mediante recomendaciones; y 70=18% no la conocen (Figura 9).

8. Como conoció la empresa que lo está encuestando?			
a. Redes sociales.	b. Publicidad física.	c. Recomendaciones.	d. No la conozco.
175	49	90	70



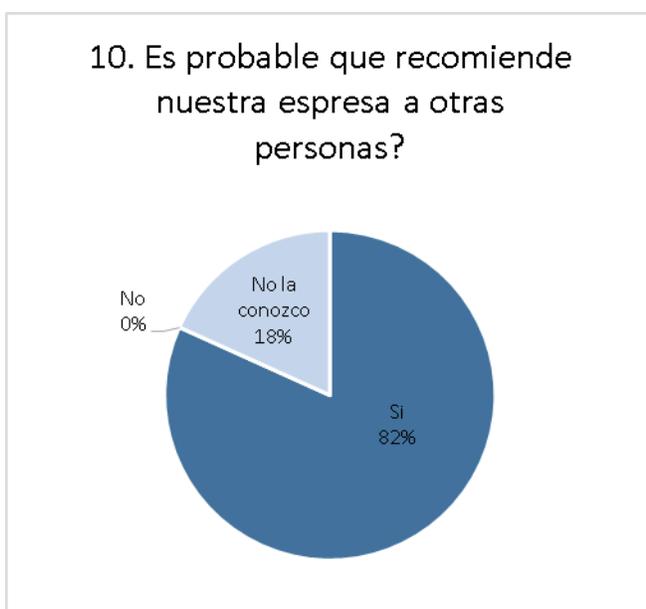
En la novena pregunta quisimos saber desde que año distinguen a CREACIONES YANDY, 135=35% de personas manifestaron que conocen acerca de la empresa desde el 2015 al 2016; 144=38% dijeron que desde el 2017 al 2018; 35=9% expresaron que a partir del 2019; y 70=18% indicaron que ninguno de los años mencionados por que no la conocen (Figura 10).

9. Desde que año distingue esta empresa?			
a. 2015 a 2016	b. 2017 a 2018	c. 2019	d. Ninguno.
135	144	35	70



La décima pregunta se realizó con el fin de saber si las personas recomendarían a CREACIONES YANDY, 314=82% indicaron que si la recomendarían aun sin haber adquirido un servicio; 0=0% no; y 70=18% de personas eligieron la opción de no conocer la empresa (Figura 11).

10. Es probable que recomiende nuestra empresa a otras personas?		
a. Si	b. No	C. No la conozco.
314	0	70



3. Propuesta de Negocio.

Según ([ECONOMISTAS SIN FRONTERAS, s.f.](#)) la propuesta de valor de un negocio describe los beneficios que un cliente puede esperar de nuestros productos y/o servicios, se compone de tres partes: crear valor con el mapa de valor, observar a los clientes y articular las dos estrategias.

En el caso de ([MEJÍA, 2003](#)), la propuesta de valor es esa mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la institución ofrece a sus clientes, los cuales la hacen una oferta diferente en el mercado. Además, los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico es tomar una opción frente al mercado (clientes) y la competencia por anticipado, es definir cómo quiero ser y cómo espero que el mercado me perciba. Significa además que no quiero ser y que no debo hacer.

Para Michael Porter ([EAE BUSINESS SCHOOL, 2018](#)), la propuesta de valor está ligada a una o varias ventajas competitivas que presenta la empresa en el mercado y se refleja en la rentabilidad porque está casi siempre por encima de la rentabilidad de mercado.

Partiendo de los conceptos anteriormente expuestos, para el caso de CREACIONES YANDY, nos enfocamos por una propuesta de valor alineada con el modelo CANVAS y las ventajas competitivas de Porter. Definiéndola como aparece a continuación:

La propuesta de CREACIONES YANDY surgió a través de una idea como alternativa de negocio la cual desde su apertura ha sido innovadora y lucrativa en el Distrito de Buenaventura, brindando una experiencia realmente agradable a todos nuestros clientes mediante los servicios de animación, recreación, protocolo, decoración de eventos y entrega de detalles, nos encanta ser cómplices de fechas especiales, nuestro principal enfoque es la integración social y familiar, en CREACIONES YANDY acortamos distancias a través de las redes sociales.

3.1 Características del Producto o Servicio.

Las empresas de servicios son aquellas cuya actividad principal es ofrecer un servicio (intangibles) con el objetivo de satisfacer necesidades colectivas, cumpliendo con su ejercicio económico (fines de lucro) (Definición, 2011).

Este tipo de organizaciones tienen ciertas características, que la definen y una de ellas es que no venden un bien o un producto al cual puedas decir “esto me pertenece” sin embargo si llegasen a hacerlo sería por un valor agregado. La intangibilidad del servicio se alude a aquello que no podemos tocar, tener, comer, oler, sentir, es decir no puede ser percibido por ninguno de nuestros sentidos. (Definición, 2011).

Se dice que las empresas de servicios venden logística, organización, planeación o conocimiento, por tal motivo deben estar especializadas en su rama. Por otro lado, también se tiene que los servicios no pueden ser separados de sus proveedores porque de hacerlo se puede alterar el resultado del servicio, y si el mismo es prestado con calidad y buena voluntad las empresas mantendrán siempre a sus clientes satisfechos y leales. (Definición, 2011).

Los servicios que CREACIONES YANDY ha implementado desde su apertura son:

Creaciones Yandy
Aunque es Capricho Siempre hay un Plan

TE OFRECE

Jornadas de **RECREACIÓN & Diversión**
Decoración de **eventos**

Animación
Desayunos Sorpresa + mucho más

Yuli T. Diaz Molinari

WhatsApp: **318 3082175**
Instagram: **@creacionesyandy**
Facebook: **Creaciones Yandy**

¡Jueves 5:14-15

- **Desayunos sorpresa:** Este detalle consiste en preparar un desayuno tradicional con un toque innovador y creativo, los productos comestibles que se incluyen son de excelente calidad y en cuanto al empaque tenemos en cuenta algunos aspectos que desea el cliente, la sensación más gratificante es cuando se entrega el domicilio al homenajeado (a) llámese familiar o amigo el cual recibe el detalle en pijama, con cara de recién levantado y con una enorme sonrisa de satisfacción.

El desayuno incluye: Sandwins y huevos de figuras, papas americanas, jugo, bonyurt, fruta, pastel, galleta, dulces, cubiertos, pitillo, globos, tarjeta (de – para), el empaque puede ser en caja de cartón o de madera, además se puede agregar u omitir un peluche y/o una cerveza.



- **Animación / Recreación:** Este servicio es ideal para integrar a las personas, sin importar que sean niños, jóvenes o adultos, mediante actividades de integración, aprendizaje, concientización y diversión.

Estas jornadas incluye: Oración de bienvenida, si se requiere la animadora se disfrazo, se canta el feliz cumpleaños y se rompe la piñata, además del dj, la música, el micrófono, los materiales para juegos y rifas, actividades de integración y de competencia, y la hora loca se realiza con globos, espuma, máquina de humo y luces. En caso tal que el cliente no tenga equipo de sonido se le alquila un parlante por un valor adicional.



- **Decoración de eventos:** Todo depende de lo que desea el cliente, la temática, etc. Este servicio incluye: Velos, globos, maqueta, accesorios para decorar, etc.



- **Maquillaje:** Este servicio se realiza para temporada de Halloween. Incluye: Pinturas de excelente calidad, antialérgicas, para realizar maquillaje facial y corporal, además de pinceles, escarcha, lentejuelas, bling bling, entre otros accesorios, para limpiar la zona del cuerpo antes de ser maquillada se usa pañitos húmedos, servilletas o toallas de papel.



- **Dama de protocolo:** Este servicio es para 15 años, bodas, etc. Incluye: Vestuario formal y elegante, recibimiento de invitados, se guían al libro o cuadro para que lo firmen, en el cofre introducen el sobre con el detalle, posteriormente se ubican en las mesas, se realiza la apertura de la quinceañera, los familiares le ponen los accesorios

(anillo, cadena, etc.), se realiza la proyección del video, el brindis, el vals, sección de fotos con los familiares e invitados, se sirve el menú, las bebidas y se cierra el evento con la hora loca.



- **Chiva multifuncional:** Este nuevo servicio está proyectado a mediano plazo, de acuerdo a las investigaciones que se han realizado es innovador y lucrativo, se pretende implementar en gran parte del Distrito de Buenaventura, con exactitud en la isla y el continente (zona urbana), más 7 corregimientos ubicados alrededor del mismo (zona rural), tales como: Bajo Calima, Rio Dagua, Sabaletas, San Marcos, Córdoba (San Cipriano), la Delfina y Triana.

Es difícil abarcar toda la población, sin embargo, nuestro principal objetivo sería brindar los servicios de chiva cultura, pedagógica, ecológica y rumbera a los sectores ya mencionados, a personas particulares, empresas privadas y públicas, e instituciones como: colegios, universidades, etc.

3.2 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor.

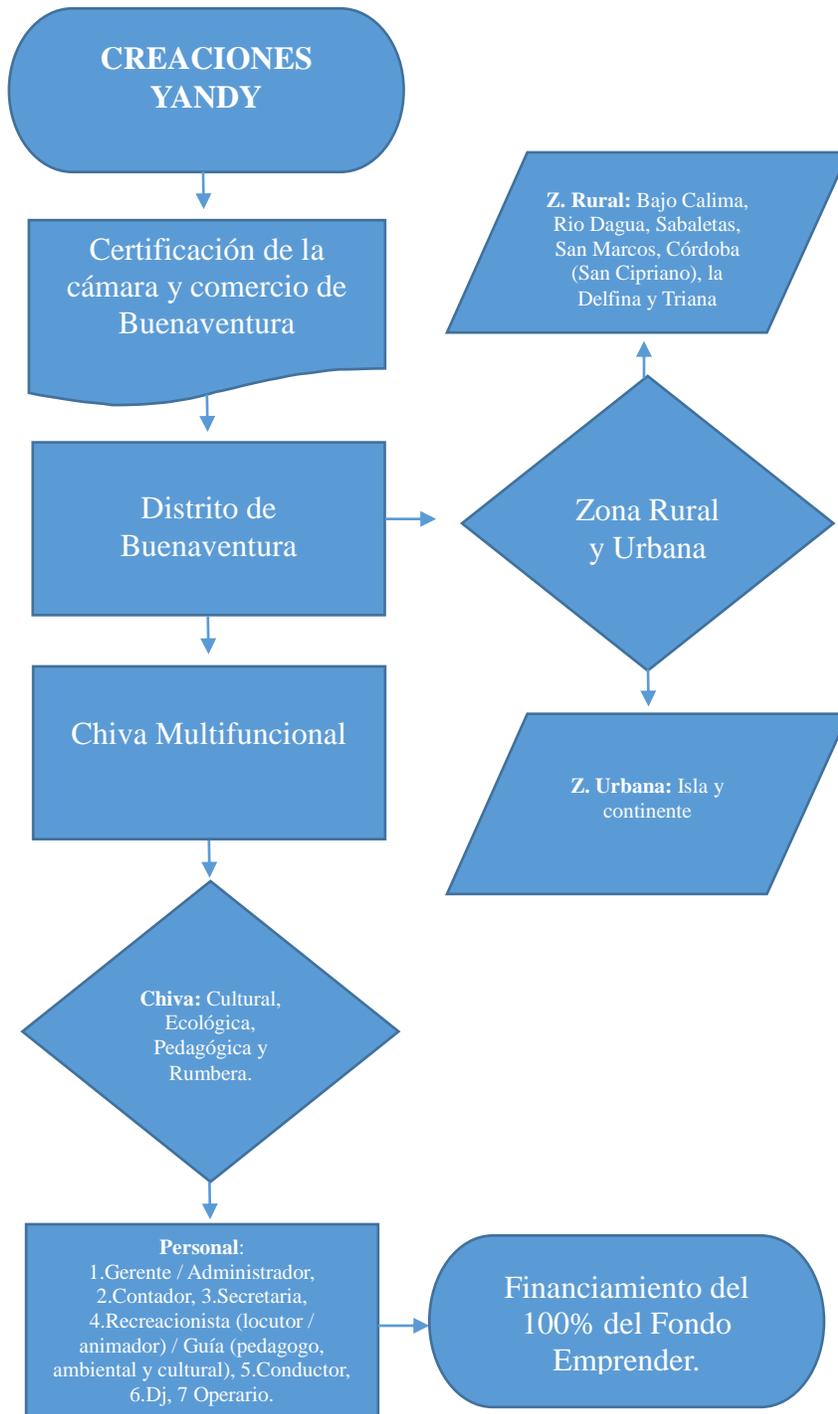
Cuando hablamos de ventajas competitivas debemos remitirnos a Michael Porter ([PORTER, 2010](#)), que identifica cinco fuerzas competitivas que son: poder de negociación con los clientes, poder de negociación con los proveedores, barreras de entrada a un sector productivo específico, productos sustitutos del bien o servicio ofrecido y la rivalidad entre los competidores. El manejo y combinación de estas fuerzas son las que crean la cadena de valor de un bien o servicio que permite a largo plazo la fidelización de los clientes.

Según Facundo Gil ([GIL, 2016](#)) en el libro *Negocios Nuevos Caminos para Latinoamérica y España*, resalta como cada vez con más precisión los más avanzados estudios neurológicos nos muestran que las elecciones que hacemos cotidianamente, creyendo o queriendo creer que están basadas en decisiones racionales, son sin embargo decisiones principalmente emocionales basadas

en experiencias previas, registros inconscientes y comparadas en fracciones de segundos con conceptos ya incorporados anteriormente. Por lo tanto, si queremos que nuestro producto o servicio sea elegido, tenemos que trabajar más que nunca en desarrollar su branding, en generar ese vínculo con los clientes.

De acuerdo a las definiciones anteriores y abordando el fortalecimiento de la cadena de valor de CREACIONES YANDY podemos decir que aunque carece de un establecimiento físico, este no ha sido un impedimento para que pueda desarrollarse, convirtiendo su estrategia principal en la sensibilización de los clientes potenciales, por medio de las redes sociales teniendo en esta forma una comunicación directa con los clientes, especialmente con personas nativas y residentes del Distrito de Buenaventura que por alguna circunstancias hoy viven fuera de su ciudad de origen y desean sorprender a sus seres queridos desde la distancia, por esta razón el enfoque de la microempresa va encaminado a la integración social y familiar, el trabajo en equipo, rescatando costumbres fundamentales mediante servicios innovadores y tradicionales donde los protagonistas son los niños, jóvenes y adultos teniendo en cuenta que la edad no es un impedimento para divertirnos; además incluimos el servicio a domicilio y la asesoría personalizada como valores agregados haciendo sentir a los clientes importantes en sus opiniones y tratando de convertir sus sueños en realidad, ajustándonos a los presupuestos que ellos manejan para las actividades o eventos, sin pagar tarifas adicionales. Lo que les hace sentir que nos convertimos en aliados de sus más profundos deseos y que compartimos su preocupación por los detalles que hacen la diferencia en este tipo de eventos o servicios, alineando todos los productos de tal forma que se alcance la verdadera satisfacción del cliente.

4. Estudio Técnico: Este diagrama está enfocado en el nuevo servicio que desea implementar CREACIONES YANDY, llamado chiva multifuncional (Figura 12).



Estudio financiero y presupuesto.

Para el proceso del fortalecimiento empresarial en CRECIONES YANDY, deseamos hacer un empalme con el Fondo Emprender, una entidad adscrita al SENA que financia iniciativas empresariales para facilitar el desarrollo social y económico de Colombia.

Lo que financia el fondo emprender del SENA.

- Pago de salarios u honorarios.
- Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
- Adquisición de maquinaria, equipos y software.
- Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento del proyecto.
- Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores, que tengan relación y sean indispensables para el desarrollo del objeto del plan de negocio.
- Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará el plan de negocios.
- Las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial.
- La adquisición e implementación de franquicias.

Requisitos para postular.

1. Estudiante SENA que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación titulada, dentro de los últimos veinticuatro (24) meses, así como egresados de estos programas.
2. Estudiante que se encuentre cursando los dos (2) últimos semestres o el ochenta por ciento (80%) de los créditos académicos de un programa de educación superior de pregrado.
3. Estudiante que haya concluido materias, dentro de los últimos veinticuatro (24) meses, de un programa de educación superior de pregrado, reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.
4. Técnico, tecnólogo, profesional universitario de pregrado, posgrado, maestría y/o doctorado de instituciones nacionales o extranjeras, que haya culminado y obtenido el título de un programa de educación superior reconocido por el Estado.
5. Estudiante del programa SENA Emprende Rural – SER, que haya completado doscientas (200) horas del programa de formación o egresados de este programa.
6. Ciudadanos colombianos caracterizados como población vulnerable, que hayan completado por lo menos noventa (90) horas de formación en cursos afines al área del proyecto.

7. Connacionales certificados por la Cancillería, como retornados con retorno productivo, que hayan completado por lo menos noventa (90) horas de formación SENA en cursos afines al área del proyecto.

En nuestro caso, CREACIONES YANDY no realizara créditos con entidades bancarias, si no que ejecutaremos la inscripción a la convocatoria del Fondo Emprender – SENA.

De acuerdo a los cargos que necesita la empresa para su funcionamiento, en su totalidad seria 7 trabajadores, incluyendo personal fijo y por evento.

El Fondo Emprender facilitaría hasta 180 salarios mínimos mensuales legales vigentes, de acuerdo al personal que necesita la microempresa, en este caso serían $\$925.148 \times 180 = \$166'526.640$.

4.1 Balance de Requerimientos.

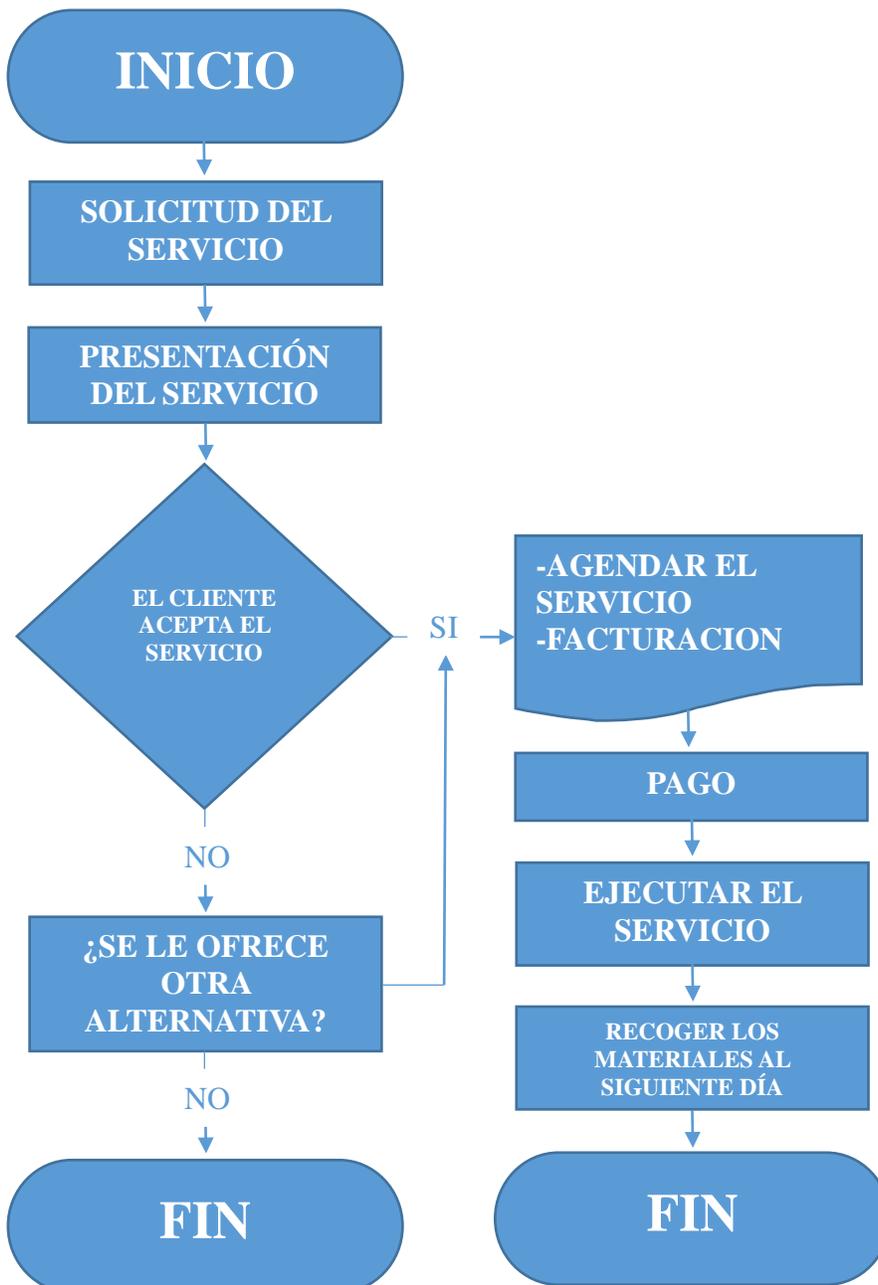
CREACIONES YANDY desea obtener recursos a través del Fondo Emprender – SENA, para un local u oficina, asimismo invertir en inflables, saltarines, disfraces de personajes temáticos, materiales para decorar, etc., además de implementar en el nuevo servicio de la chiva multifuncional.

Implementar y dar a conocer una chiva multifuncional (cultura, pedagógica, ecológica y rumbera), es un servicio innovador en el Distrito de Buenaventura y sus alrededores, teniendo en cuenta que las veces que se ha visto una chiva rumbera en la ciudad la han traído de otros lugares como Cali, esto a su vez incrementa los costos o valores por el desplazamiento de ambas ciudades.

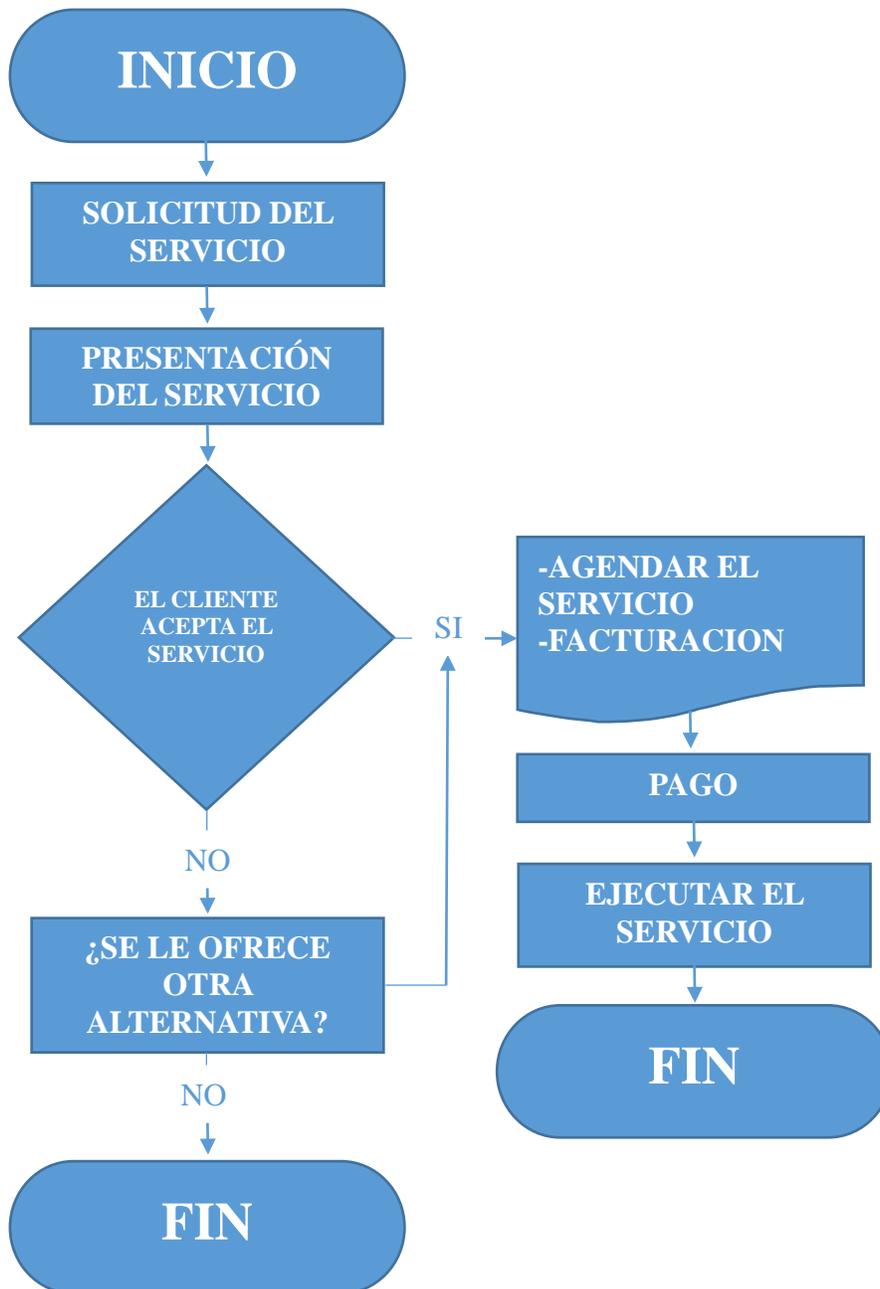
Nuestro propósito es dar a conocer los servicios ya mencionados en la chiva de forma permanente en Buenaventura. Hacer un sueño realidad y no dejarlo en una simple idea es fundamental para proyectar una visión emprendedora, ya que la mayoría de los padres suelen implementar la metodología de que lo correcto es que sus hijos estudien para conseguir un buen empleo, ¿Pero, qué pasaría si cambiáramos ese método y nos capacitáramos para ser líderes y gerentes de nuestro propio negocio?

4.2 Descripción del Proceso (Diagrama de procesos producción / servicios).

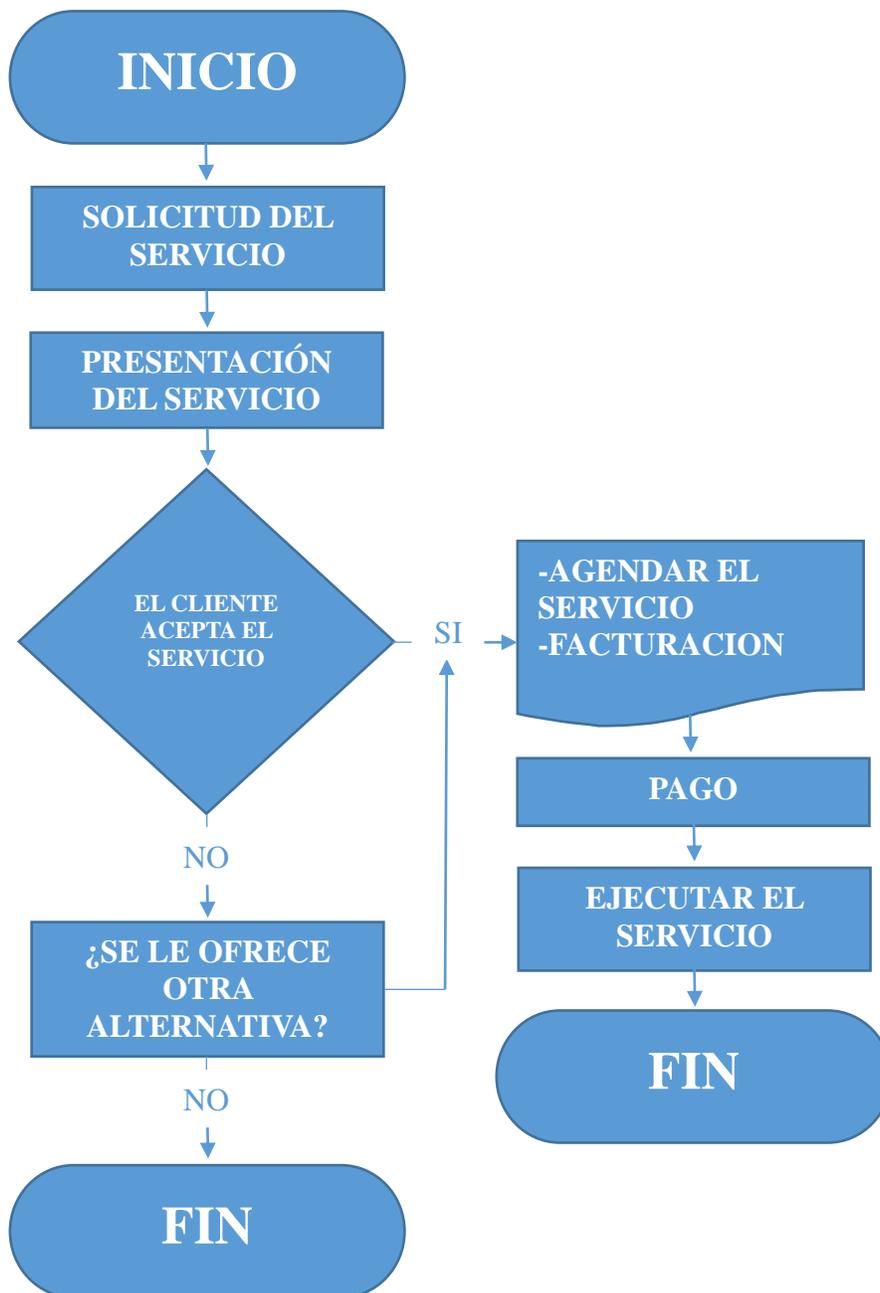
- **Decoración de eventos:** El cliente inicia contactando a CREACIONES YANDY, realiza la cotización vía telefónica (opciones), se le informa acerca de valor del servicio, si decide agendar este debe pagar el valor estipulado para separar el cupo, se ejecuta el servicio y al día siguiente se recogen los materiales (Figura 13).



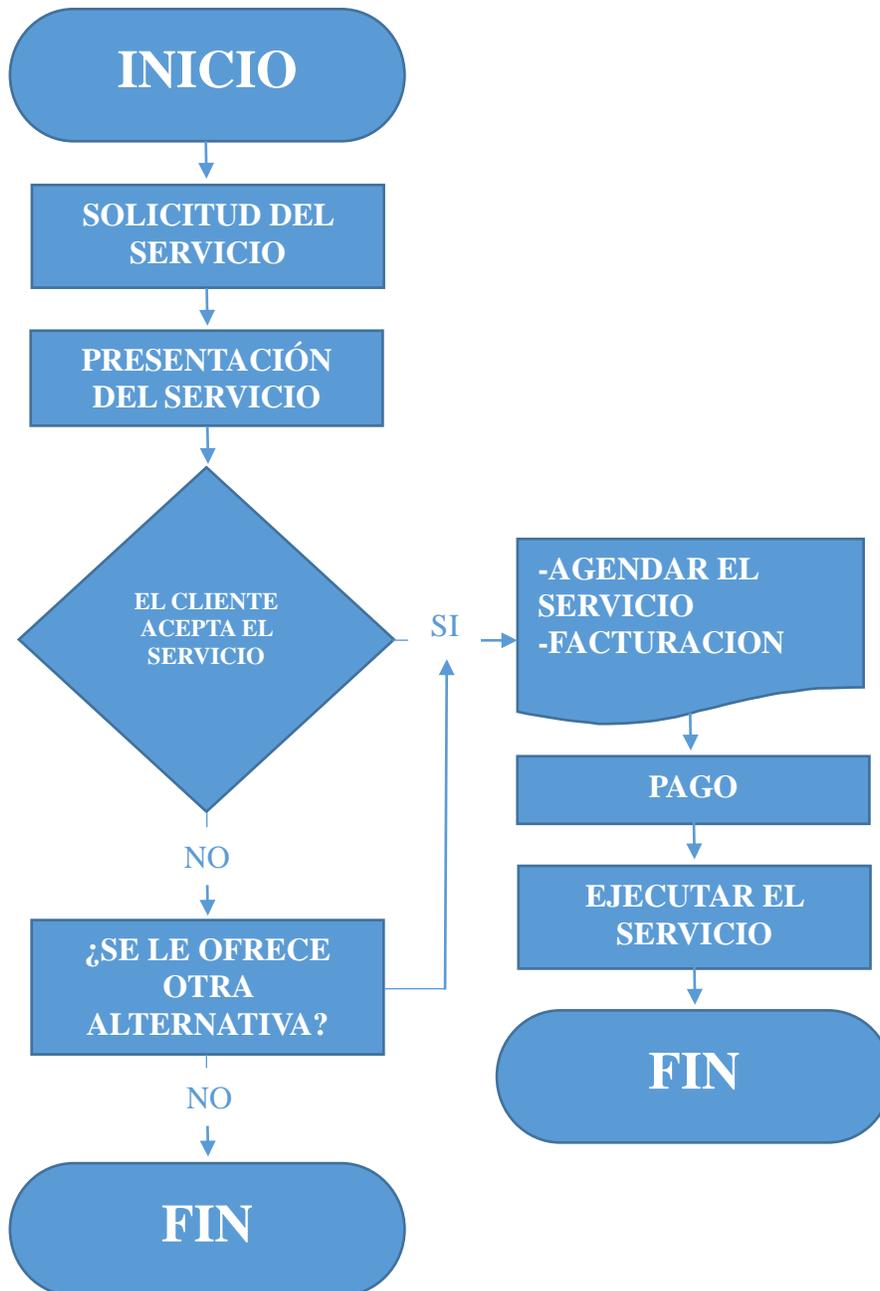
- **Jornadas recreativas, animación de fiestas y protocolo:** El cliente inicia contactando a CREACIONES YANDY, realiza la cotización vía telefónica (opciones), se le informa acerca de valor del servicio, si decide agendar este debe pagar el valor estipulado para separar el cupo y se ejecuta el servicio (Figura 14).



- **Desayunos sorpresa:** El cliente inicia contactando a CREACIONES YANDY, realiza la cotización vía telefónica (opciones), se le informa acerca de valor del servicio, si decide agendar este debe pagar el valor estipulado para separar el cupo y se ejecuta el servicio (Figura 15).



- **Chiva multifuncional:** Cultura, pedagógica, ecológica y rumbera, (nuevo servicio). El cliente inicia contactando a CREACIONES YANDY, realiza la cotización vía telefónica (opciones), se le informa acerca de valor del servicio, si decide agendar este debe pagar el valor estipulado para separar el cupo y se ejecuta el servicio (Figura 16).



4.3 Capacidad.

Actualmente la microempresa CREACIONES YANDY está legalmente constituida por una persona emprendedora, la cual realiza las decoraciones, las jornadas recreativas/animaciones, protocolo y detalles, incluyendo los domicilios; en ocasiones se contrata a una por evento ya sea al Dj o un operario como auxiliar de decoración.

Para operar adecuadamente al implementar el servicio de chiva multifuncional, se necesitan 7 personas (personal idóneo).

4.4 Localización.

- CREACIONES YANDY está ubicada dentro del Distrito de Buenaventura.
- Dirección: Cra 55f # 7b – 20. Barrio: Urbanización San Buenaventura.
- Paginas: Facebook e Instagram @creacionesyandy.
- Celular / WhatsApp: 3183082175.

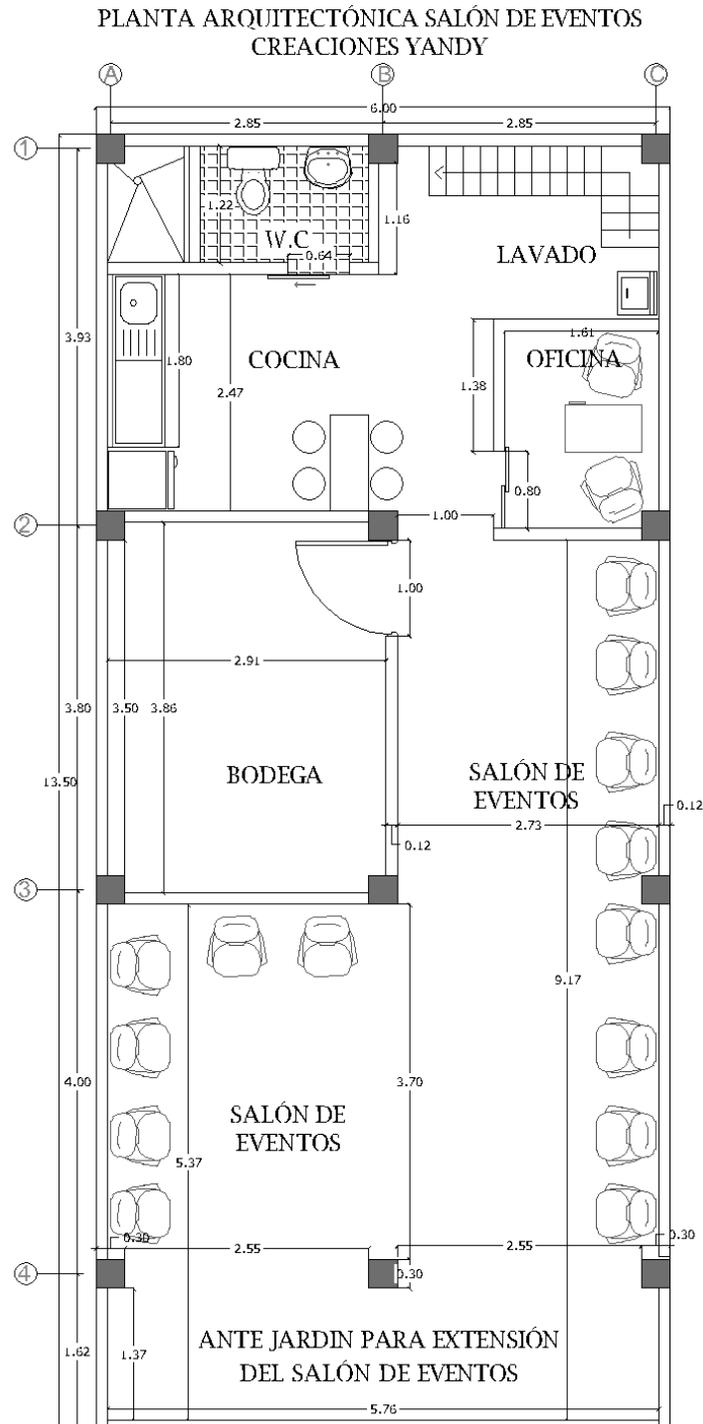
4.4.1 Macro y Micro localización.

La macro localización de CREACIONES YANDY ha sido través de las redes sociales, Facebook, Instagram y WhatsApp, a nivel nacional dentro del territorio Colombiano (Cali, Buga y Buenaventura) y a nivel internacional (Rusia, Italia, Chile, Australia, España).

Micro localización, actualmente la microempresa tiene un punto de referencia, sin embargo a mediano plazo debe estar en un punto estratégico y de fácil acceso para los clientes, como por ejemplo: sobre la avenida simón bolívar.

4.4.2 Evaluación de la Alternativa: El fondo emprender – SENA, es una de las alternativas en la que desea participar CREACIONES YANDY para mejorar los servicios actuales e implementar uno nuevo y a su vez mejorar la ubicación de la misma.

4.5 Plano o Diseño de las Instalaciones (Figura 17).



5. Estudio Organizacional.

Actualmente CREACIONES YANDY presta los servicios de forma individual.

5.1 Tipo y Naturaleza de la Empresa.

CREACIONES YANDY es una microempresa registrada como persona natural, con régimen simplificado – DIAN.

El régimen simplificado es una legislación tributaria especial colombiana que se aplica a personas con características particulares, denominadas “pequeños comerciantes”, para determinar el pago que éstas deben hacer, por concepto de impuestos, al Estado.

Las personas que se encuentran bajo este régimen son comerciantes minoristas o detallistas; es decir, personas que venden, de forma individual o en pequeñas cantidades, bienes y servicios que están gravados; es decir, que deben pagar impuestos sobre las ventas. ([DIAN, 19 de febrero de 2002](#)).

5.2 Constitución de la Empresa y Aspectos Leales.

Persona natural; la Cámara de Comercio del Distrito de Buenaventura nos certificó como microempresa, estableciendo los siguientes códigos CIUU para el funcionamiento adecuado de CREACIONES YANDY.

- I5621 – Catering para eventos.
- N8230 – Organización de convenciones y eventos comerciales.
- R9329 – Otras actividades recreativas y de esparcimiento N.C.P.

A futuro hemos pensado en constituirnos en una Sociedad Anónima por Acciones Simplificadas que están reglamentadas según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. ([CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, 2008](#))

Dentro de las ventajas expuestas para este tipo de entidades, según la Revista Dinero, encontramos:

La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

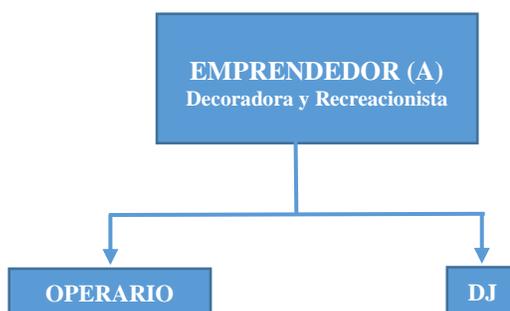
La SAS da la posibilidad a los empresarios de escoger las normas societarias que más convenga a sus intereses, lo que reafirma que se trata de una regulación flexible que se puede ajustar a los requerimientos de los empresarios, insistió Plata.

Otra de las ventajas que ofrece la referida sociedad es que el pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo inicial. Esto facilita su constitución.

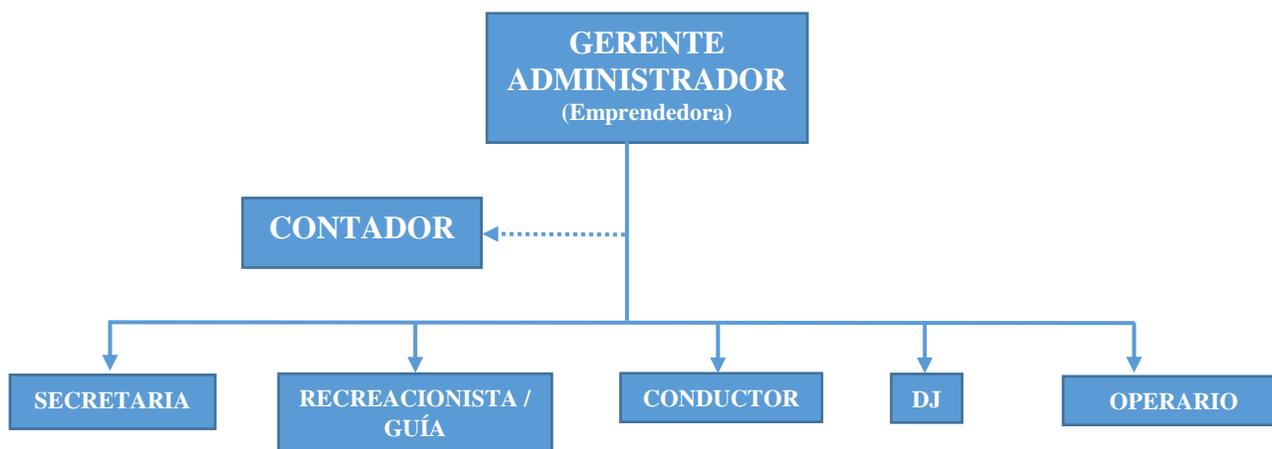
En cuanto a las limitaciones de las SAS, el ministro Plata precisó que estas no pueden ser utilizadas para los negocios donde la ley exige determinado tipo societario, como es el caso de las actividades financiera.

5.3 Estructura Organizacional.

- Organigrama actual (Figura 18):



- Organigrama proyectado (Figura 19):



Personal y funciones de los trabajadores que necesita CREACIONES YANDY para implementar el servicio de chiva multifuncional, y reforzar los actuales.

- Gerente /Administrador (Emprendedor).
- Contador.
- Secretaria.
- Recreacionista (Animador y Guía).
- Conductor.
- Dj.
- Operario.

Estructura organizacional (Tabla 5).

ÁREA: Administrativa.	FECHA: 2019.
CARGO: GERENTE / ADMINISTRADOR.	
TIPO DE CONTRATO: Término indefinido.	
OBJETIVO: Planear, organizar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de apoyar a generar mayor rentabilidad, realizar toma de decisiones en forma oportuna y confiable en beneficio de la operación de la empresa. Crear lineamientos de control, análisis financiero, supervisar cumplimiento de políticas, crear sinergia con las demás áreas operativas para lograr el objetivo.	
JEFE INMEDIATO: N/A	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • 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 • Responder por los diferentes aspectos financieros, administrativos, de marketing, etcétera. • Ser líder de los diversos equipos. 	

PERFIL: Profesional en áreas administrativas.

EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.

Estructura organizacional (Tabla 6).

ÁREA: Administrativa.	FECHA: Mayo / 2019.
CARGO: CONTADOR.	
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicio	
OBJETIVO: Proporcionar información de hechos económicos, financieros y sociales de la empresa u organización de forma continua, ordenada y sistemática, sobre la marcha y/o desenvolvimiento de la misma, con relación a sus metas y objetivos trazados, con el objetivo de llevar CUENTA Y RAZÓN del movimiento de las riquezas públicas y privadas con el fin de conocer sus resultados, para una acertada toma de decisiones.	
JEFE INMEDIATO: Gerente /Administrador de Creaciones Yandy.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Dedicado a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de una organización o persona. • Realizar informes para la gerencia. • Lleva los libros o registros de contabilidad de una empresa, registrando los movimientos monetarios de bienes y derechos. • Se ocupa de la liquidación de impuestos y nómina. 	
PERFIL: Profesional en áreas administrativas y contables.	
EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.	

Estructura organizacional (Tabla 7).

ÁREA: Administrativa.	FECHA: Mayo / 2019.
CARGO: SECRETARIA.	
TIPO DE CONTRATO: Término indefinido.	
OBJETIVO: Las secretarias o asistentes administrativas son responsables de la operación diaria de una oficina. Una secretaria puede hacer todo el trabajo, o pueden haber varias trabajando juntas con responsabilidades específicas bajo el mando de un jefe o supervisor. Durante el día, la secretaria puede realizar diversas tareas. El trabajo específico depende de la naturaleza del trabajo que ésta realice.	

JEFE INMEDIATO: Gerente /Administrador de Creaciones Yandy.

FUNCIONES:

- Recibir documentos.
- Atender llamadas telefónicas.
- Atender visitas.
- Archivar documentos.
- Realizar cálculos elementales.
- Informar todo lo relativo al departamento del que depende.
- Estar al pendiente de la tramitación de expedientes.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
- Poseer conocimiento de los departamentos de las administraciones públicas con los que esté más relacionada la sección de que dependa.
- Tener conocimiento del manejo de maquinaria de oficina, desde calculadoras hasta fotocopiadoras, pasando por ordenadores personales y los programas informáticos que conllevan.
- Amplios conocimientos en cuanto al protocolo institucional y empresarial.

PERFIL: Técnica en Asistencias Administrativas y/o afines.

EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.

Estructura organizacional (Tabla 8).

ÁREA: Operativa.	FECHA: Mayo / 2019.
CARGO: RECREACIONISTA.	
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicio	
<p>OBJETIVO: Implementar la recreación como un buen desarrollo del ser humano, crear espacios propicios para el buen desempeño de las actividades, construir a una sociedad sana y con buena calidad de vida; Al recreador también se le denomina Monitor, Líder, Asesor y Animador.</p>	
JEFE INMEDIATO: Gerente /Administrador de Creaciones Yandy.	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar actividades que involucren al cliente con el entorno y con la comunidad. • Proponer, e y organizar programas de recreación teniendo en cuenta los, gustos, preferencias y motivaciones de los clientes, para así ellos puedan disfrutar de cada una de las actividades. • Coordinar con las demás áreas del establecimiento las necesidades de materiales, para el buen éxito de una actividad. • Debe estar seguro de que no es el único líder de un grupo, y que cualquier participante en las actividades puede asumir esta función. Por ello el recreador debe estar siempre atento para no 	

monopolizar las situaciones.

- Es el encargado de realizar actividades de integración, brindando diversión, bienestar y concientización a los clientes de diferentes culturas, con enfoque pedagógico, ambiental y cultural.

PERFIL: Profesional o técnico en áreas de recreación y deporte.

EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.

Estructura organizacional (Tabla 9).

ÁREA: Operativa.	FECHA: Mayo / 2019.
CARGO: CONDUCTOR.	
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicio	
OBJETIVO: Profesionales en todas las categorías mediante la implementación de equipos y procesos adecuados, a fin de fijar destrezas, habilidades, aptitudes y actitudes que permitan mejorar aspectos referentes al tránsito, transporte y seguridad vial, con el fin de disminuir el riesgo en la conducción.	
JEFE INMEDIATO: Gerente /Administrador de Creaciones Yandy.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Conducir y velar por el buen funcionamiento del vehículo asignado, mantener el vehículo en buen estado de presentación y responder por el equipo y accesorios asignados al vehículo • Cumplir estrictamente las normas sobre seguridad, prevención de accidentes y demás disposiciones vigentes. • Informar oportunamente a su superior inmediato las anomalías detectadas en su vehículo. • Adoptar en caso de accidente las medidas necesarias, dando a conocer los hechos inmediatamente al jefe y autoridades correspondientes. • Guardar discreción y reserva en todas las actividades que por razón del cargo se le encomienden. • Apoyar al responsable de la dependencia en la ejecución de funciones que se desarrollen en ella. • Desarrollar funciones propias que requiera el puesto. • Dar un adecuado apoyo en los programas, proyectos, servicios y cumplimiento de las tareas. • Velar por la buena presentación y orden del vehículo. • Cumplir de manera efectiva la misión y los objetivos de la dependencia a la que se encuentra adscrito y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo. • Aplicar e implementar las estrategias y acciones del Sistema de Gestión de Calidad y el Modelo Estándar de Control Interno, que le correspondan a su área. • Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo. 	

- Responder por el inventario y buen uso de los bienes muebles e inmuebles a su cargo.
- Desempeñar las demás funciones que le sean asignadas por el jefe inmediato, las que reciba por delegación y aquellas inherentes a las que desarrolla la dependencia

PERFIL: Tener licencia de conducir, dominio en el manejo de vehículos y responsabilidad.

EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.

Estructura organizacional (Tabla 10).

ÁREA: Operativa.	FECHA: Mayo / 2019.
CARGO: DJ.	
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicio	
<p>OBJETIVO: El DJ debe ser crear y recrear, no es suficiente considerar al DJ como “rockola”, el DJ es más que eso. Un DJ puede componer producir, dirigir y atender las necesidades musicales de su entorno, sin dejar de aportar su conocimiento. Es la persona encargada de seleccionar, reproducir, mezclar y/o difundir la música dirigida a un público o audiencia para generar un estímulo y posteriormente obtener una reacción.</p>	
JEFE INMEDIATO: Gerente /Administrador de Creaciones Yandy.	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una de sus funciones principales y por las que es más conocido es la de manipular el ritmo, la velocidad (BPM) y en general, las características sonoras de las canciones. • Desde mi punto de vista, es una persona que sabe o debería saber algo de música. Es importante que llegue temprano al evento que se presentará, para canalizar la energía del público asistente y así empezar con una línea musical adecuada. • El DJ debe tener amor y pasión por la música, existen muchos, pero son pocos los que en verdad entienden que la labor de un DJ es llevar la música a otro nivel, sacar la rutina de llevar audífonos y estar pendiente del celular, hacer sentir la música completamente; bailar, cantar u otras cosas que transmite la misma. • El DJ transforma la música en un sexto sentido, hace sentir sensaciones de felicidad y euforia. • Algunos DJs producen su propia música para así lograr un mayor reconocimiento en la industria, ya que es bastante competitiva, aunque muchos son los que dicen ser DJ, pero pocos los que son buenos. • Las iniciales “DJ” provienen de unir dos palabras, Disc (disco) y Jockey (montador), como resultado se obtiene montador de discos. El término de montador se refiere al uso del tocadiscos, pues el vinilo se monta en la tornamesa, el cual reproduce la música, por medio de una aguja que hace el recorrido de los surcos microscópicos en la superficie de los mismos, en pleno movimiento giratorio continuo. 	

- El DJ de la radio es el que reproduce la música que emiten en sus programas.
- El DJ de club que selecciona y toca para un público enérgico y alegre.
- El DJ de hip hop que utiliza las tornamesas para colocar alguna pista de base y sirva de acompañamiento a los “MCs”, este DJ tiene algo en particular y es hacer efectos de scratching, sonidos que caracterizan el mundo del turntablism.
- En conclusión el DJ es el encargado de reproducir, mezclar, y difundir de manera armónica y progresiva su playlist para lo que será un momento perdurable con un toque de clase, elegancia, y originalidad.

PERFIL: Técnico o tecnólogo en áreas audiovisuales. Se encargara de la proyección de sonidos, imágenes o videos cuando sea necesario.

EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.

Estructura organizacional (Tabla 11).

ÁREA: Operativa.	FECHA: Mayo / 2019.
CARGO: OPERARIO.	
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicio	
OBJETIVO: Apoyar como auxiliar en las diferentes dependencias dentro de la microempresa (persona multifuncional).	
JEFE INMEDIATO: Gerente /Administrador de Creaciones Yandy.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar de decoración. • Auxiliar de cocina (preparar y/o organizar los desayunos sorpresa cuando sea necesario). • Auxiliar de eventos recreativos. • Mensajero (entrega los servicios a domicilio). • Repartir publicidad. • Tener al día las páginas de la microempresa. 	
PERFIL: Bachiller, con cursos complementarios en las áreas especificadas en las funciones.	
EXPERIENCIA REQUERIDA: Experiencia mínima de un 1 año.	

5.4 Estrategias Corporativas.

- Las estrategias de marketing que implementa CREACIONES YANDY son a través de las redes sociales con videos y registros fotográficos, incluyendo tarjetas de presentación al prestar los servicios.

5.4.1 Políticas.

- Los trabajadores deben usar la dotación (buzo y gorra) con el logo de la empresa para prestar los servicios.
- Puntualidad al brindar los servicios.
- Los implementos de trabajo deben estar en buen estado.
- Los clientes deben pagar de contado antes de recibir los servicios.

5.4.2 Valores y principios Corporativos.

Valores de CREACIONES YANDY:

- **Confiables:** Generar confianza a nuestros clientes y retroalimentar sobre sus deseos para poder plantear paquetes que los dejen satisfechos.
- **Responsables:** Cumplimiento de los compromisos pactados con los clientes y permanecer hasta el final del proceso garantizando la efectividad en la prestación del servicio.
- **Innovadores:** Capacitación constante para estar actualizados en las últimas tendencias en la moda de organización de eventos para diseñar servicios que generen valor agregado emocional a los clientes reales del producto.
- **Trabajamos en equipo:** Somos conscientes de que el talento humano debe actuar articulado en cada una de sus funciones para que la empresa cree eslabones fuertes de la cadena de valor que le permita su sostenibilidad en el tiempo.
- **Respetuosos:** El recurso humano con el que contamos debe ser ejemplo de vocación de servicio y de respeto a la dignidad humana.
- **Tolerantes:** Somos conscientes de las diferencias de pensamiento y actuación de los seres humanos, sin perder nuestra naturalidad podemos ubicarnos en el lado del otro para actuar en forma tolerante y conciliadora frente a los conflictos.
- **Honestos:** Es uno de los valores más perseguidos por toda compañía porque garantiza un buen manejo de los recursos con que cuenta la empresa y el reconocimiento de que estos son limitados para no realizar compromisos que estén por encima de la capacidad de la empresa.

Principios de CREACIONES YANDY:

- **Mejora Continua:** Determina el mejoramiento de la microempresa de forma permanente para prestar servicios con calidad.
- **Orientación al Cliente:** Es una estrategia donde se asesora de manera inmediata sobre los servicios que brinda la microempresa.
- **Espíritu Emprendedor:** Identifica las oportunidades dentro de la sociedad, con cambios significativos para dar apertura a nuevos servicios.

6. Estudio Financiero.

Este estudio está enfocado en la inversión inicial de CREACIONES YANDY la cual fue de 2'000.000; actualmente la microempresa desea adquirir un financiamiento a través del fondo emprender, con una proyección por valor de \$166'526.640 aproximadamente, para insumos, materiales, infraestructura, salarios, etc.

6.1 Inversiones.

CREACIONES YANDY en el 2016 invirtió \$2'000.000 en materiales y equipos para prestar sus servicios a través de la Cámara de Comercio del Distrito de Buenaventura, en el 2018 invirtió \$500.000 en publicidad (logo, tarjetas, pendón, buzo y gorra), en el 2019 invirtió \$500.000 aproximadamente en vestuario, juegos, etc.

6.2 Costos fijos proyectados (Tabla 12).

GASTOS DE PERSONAL FIJO						
Cargo	Salario mes	Seguridad social 21.02%	Prestaciones sociales 17,66%	Aportes parafiscales 9%	Total salario mes	A 12 meses
Gerente	\$ 1.200.000,00	\$ 252.240,00	\$ 211.920,00	\$ 108.000,00	\$ 1.772.160,00	\$ 21.265.920,00
Secretaria	\$ 900.000,00	\$ 189.180,00	\$ 158.940,00	\$ 81.000,00	\$ 1.329.120,00	\$ 15.949.440,00
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL					\$ 3.101.280,00	\$ 37.215.360,00

Término indefinido:

- Administrador \$1.200.000 x mes.
- Secretaria \$900.000 x mes.

Prestación de servicio: Varía según la cantidad de eventos de \$3'500.000 a \$4'020.000.

- Contador \$500.000 x mes.
- Recreacionista \$1.200.000 x mes (12 eventos x \$100.000), 3 veces a la semana.
- Dj/Operario \$600.000 x mes (12 eventos x \$50.000), 3 veces a la semana.
- Conductor \$600.000 x mes (12 eventos x \$50.000), 3 veces a la semana.

(Tabla 13).

GATOS DE ADMINISTRACIÓN					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios públicos	\$ 1.440.000,00	\$ 1.492.128,00	\$ 1.544.054,05	\$ 1.600.412,03	\$ 1.655.626,24
Seguros	\$ 4.200.000,00	\$ 4.352.040,00	\$ 4.503.490,99	\$ 4.667.868,41	\$ 4.828.909,87
Total	\$ 5.640.000,00	\$ 5.844.168,00	\$ 6.047.545,05	\$ 6.268.280,44	\$ 6.484.536,12
Inflación Proyectada DANE		3,62%	3,48%	3,65%	3,45%

(Tabla 14).

OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministro de oficinas	2.400.000	2.486.880	2.573.423	2.667.353	2.759.377
Elementos de aseo	6.120.000	6.341.544	6.562.230	6.801.751	7.036.412
Totales	8.520.000	8.828.424	9.135.653	9.469.104	9.795.789
		3,62%	3,48%	3,65%	3,45%

Costos variables proyectados (Tabla 15).

COSTOS VARIABLES / MES	A 12 meses
Mano de obra para la prestación de servicios	\$3.740.000
Gastos en materia prima	\$2.701.000
Transporte	\$1.120.000
Otros inusmos (Embalaje)	\$500.000
Total	\$8.061.000
	\$96.732.000

6.3 Ingresos y Ventas - proyectados (Tabla 16).

INGRESOS FIJO / MES	Cantidad	Valor unitario	Valor total	A 12 meses
Animacion	4	\$300.000	\$ 1.200.000	
Protocolo	2	\$400.000	\$ 800.000	
Jornada recreativa	2	\$400.000	\$ 800.000	
Chiva multifuncional	16	\$1.000.000	\$ 16.000.000	
Decoración sencilla	1	\$200.000	\$ 200.000	
Decoración intermedia	1	\$500.000	\$ 500.000	
Desayuno sorpresa en caja de cartón	1	\$80.000	\$80.000	
Desayuno sorpresa en caja de madera	1	\$90.000	\$90.000	
Desayuno + cerveza + caja de cartón	1	\$85.000	\$85.000	
Desayuno + cerveza + caja de madera	1	\$95.000	\$95.000	
Desayuno + peluche + caja de cartón	1	\$95.000	\$95.000	
Desayuno + peluche + caja de madera	1	\$105.000	\$105.000	
Desayuno + peluche + cerveza + caja de cartón	1	\$100.000	\$100.000	
Desayuno + peluche + cerveza + caja de madera	1	\$110.000	\$110.000	
Total	34		\$20.260.000	\$243.120.000

Para estipular las ventas proyectadas se toma el valor total de los ingresos fijos proyectados del año (\$243.120.000) por la tasa de inflación de cada año para determinar la rentabilidad de la empresa.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	243.120.000	251.920.944	260.687.793	270.202.897	279.524.897
Tasa de inflación:		3,62%	3,48%	3,65%	3,45%

6.4 Valor de Despacho (Tabla 17).

Servicios que incluyen domicilio	Valor de despacho
Animación, recreación y protocolo	40000
Decoraciones	40000
Desayunos sorpresa y detalles	30000

6.5 Flujo de Caja (Tabla 18).

Conceptos	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión						
Fija	-81.950.000					
Diferida	-9.700.000					
Capital trabajo	-74.053.680					
Ingresos		\$243.120.000	251.920.944	260.687.793	270.202.897	279.524.897
Costos producción		\$96.732.000	100.233.698	103.721.831	107.507.678	111.216.693
Gastos administración		\$51.375.360	\$53.235.148	\$55.087.731	\$57.098.433	\$59.068.329
Intereses		\$8.152.621	6.522.097	4.891.573	3.261.048	1.630.524
Impuestos		\$30.401.007	\$32.175.500	\$33.945.330	\$35.817.508	\$37.663.273
Amortización crédito		\$19.884.442	19.884.442	19.884.442	19.884.442	19.884.442
Ingreso neto		\$36.574.571	\$39.870.059	\$43.156.886	\$46.633.788	\$50.061.636
Depreciación		\$16.390.000	\$16.390.000	\$16.390.000	\$16.390.000	\$16.390.000
Flujo neto de caja	-165.703.680	\$52.964.571	\$56.260.059	\$59.546.886	\$63.023.788	\$66.451.636
Acumulado		-\$112.739.109	-\$56.479.050	\$3.067.836	\$66.091.623	\$132.543.260
INFLACIÓN PROYECTADA			3,62%	3,48%	3,65%	3,45%

TIR 22%
 VPN 52.716.033

TASA DE INFLACIÓN PROYECTADA POR EL DANE PARTIENDO DE QUE EL AÑO 0 SERÍA 2020

6.6 Indicadores Financieros.

1. Indicador de Rentabilidad: Margen de utilidad bruta o margen bruto y Margen operacional.

- **Margen de utilidad bruta o margen bruto:** Este indicador emplea la siguiente fórmula: dividiendo la utilidad bruta sobre las ventas netas. Para sacar el porcentaje multiplicamos x 100.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

Recordemos:

- La utilidad bruta la obtenemos así: ingresos operacionales (ventas totales) – costo de venta.

Estos **ingresos operacionales** son todos los ingresos que provienen de tu actividad económica principal. **Por ejemplo**, si tu negocio consiste en vender ropa todos los ingresos provenientes de vender ropa son tus ingresos operacionales.

En cambio, **los ingresos no operacionales** son aquellos provenientes de otra actividad económica, es decir, son otros ingresos secundarios y que pueden ser ocasionales. **Por ejemplo**, si en tu negocio de venta de ropa tienes un estante para vender gaseosas y agua, este servicio adicional se considera como ingresos no operacionales, pues no es el objetivo principal del negocio.

Cuando obtienes el porcentaje del margen de utilidad bruta te da la posibilidad de conocer la eficacia operativa de tu empresa.

- **Margen operacional:** El indicador de margen operacional utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

Para sacar el porcentaje multiplicamos x 100.

La utilidad operacional la puedes obtener de manera sencilla:

- Utilidad bruta – gastos operacionales.

Este indicador permite identificar cómo funcionan las operaciones propias de la empresa, es decir, cómo genera rendimientos sin depender de otras actividades que no sean propias de su objetivo principal. (BARRERO, Septiembre 23rd, 2019) Mayra Alexandra Barrero.

2. Indicador de Solvencia: (Endeudamiento del activo y apalancamiento).

- **Endeudamiento del Activo:** Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por el contrario, un índice bajo representa un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores.

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

- **Apalancamiento:** Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Dicho apoyo es procedente si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los capitales prestados; en ese caso, la rentabilidad del capital propio queda mejorada por este mecanismo llamado "efecto de palanca". En términos generales, en una empresa con un fuerte apalancamiento, una pequeña reducción del valor del activo podría absorber casi totalmente el patrimonio; por el contrario, un pequeño aumento podría significar una gran revalorización de ese patrimonio.

- **Indicador de Liquidez:** (Liquidez corriente y prueba acida).
- **Indicador Financiero:** (Tasa interna del retorno, valor presente neto).

7. Plan Operativo (Tabla 19).

PLAN OPERATIVO					
Empresa: CREACIONES YANDY					
Todas las actividades incluyen materiales y servicio a domicilio.					
Nº	Actividad	Propósito	Responsables	Indicador	Presupuesto
1	Jornadas recreativas	Enfocado a empresas e instituciones, con el fin de realizar actividades recreativas y deportivas.	-Recreacionista. -DJ. -Operario (si se requiere).	Integrar a las personas (jefes, trabajadores, docentes y estudiantes).	\$400.000 hasta 50 personas. \$500.000 hasta 100 personas, etc.
2	Animación	Está dirigido a fiestas familiares, incluye actividades pedagógicas y recreativas para niños y adultos.	-Animador (a). -Dj.	Integrar a las personas (familiares, vecinos o amigos).	\$300.000 hasta 50 personas.
3	Protocolo	Para eventos como 15 años,	-Dama de protocolo.	Apoyar a los anfitriones	\$400.000 hasta 100 personas

		etc.	-Dj. -Operario (si se requiere).	desde el inicio hasta el final del evento.	aproximadamente.
4	Decoración de eventos	Decorar fiestas temáticas.	-Decoradora. -Operario (si se requiere).	Para cumpleaños, halloween, baby shower, etc.	Desde \$200.000 decoración sencilla. Desde \$500.000 decoración intermedia.
5	Desayunos sorpresa	Sorprender a un ser querido (familiar y/o amigo).	-Operario.	Para cumpleaños, aniversarios, etc.	Desde \$80.000 hasta \$110.000.
6	Chiva multifuncional (servicio proyectado).	Dirigido para realizar eventos familiares, empresariales, de instituciones, etc.	-Conductor. -Recreacionista / animador. -DJ. -Operario (si se requiere). -Decoradora (si se requiere).	El objetivo es brindar los servicios de chiva cultura, pedagógica, ecológica y rumbera, en los alrededores del Distrito de Buenaventura.	\$1'000.000 para un tope de 40 personas.

(Published on Aug 1, 2011).

7.1 Cronograma de Actividades (Tabla 20).

ITEM Y DESCRIPCIÓN	
Producto específico:	JORNADAS RECREATIVAS Y ANIMACIÓN DE FIESTAS / PROTOCOLO
Nombre comercial:	Creaciones Yandy.
Unidad de medida:	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que laboran: 2. • Depende de la necesidad del cliente. • Horas: De 3 a 4 horas máximo.
Descripción	Creaciones Yandy maneja 2 paquetes en los

general:	<p>cuales incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dj y animador disfrazado. • Actividades de integración y rompe hielo, más accesorios. • Materiales (globos, espuma, etc.) • Equipos (música, micrófono, laser, máquina de humo, infladores, etc.) • Sonido (parlante), en caso que el cliente no tenga equipo de sonido.
Condiciones especiales	<p>Creaciones Yandy lleva todo, instalamos y recogemos después del evento.</p> <p>Este servicio incluye domicilio.</p>
Valor	<p>Jornada recreativa para empresas</p> <p>\$400.000 – \$500.000</p> <p>Animación \$300.000</p> <p>Protocolo \$400.000</p>

(Tabla 21).

ITEM Y DESCRIPCIÓN	
Producto específico:	DECORACIÓN DE EVENTOS
Nombre comercial:	Creaciones Yandy.
Unidad de medida:	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que laboran: 1 máximo 2. • Depende del espacio para decorar y/o lo que desea el cliente. • Horas: De 1 a 4 horas máximo.
Descripción general:	<p>Se utilizan materiales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velos. • Globos. • Inflador eléctrico y manual.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cintas, clavos, nailon. • Accesorios para decorar, etc.
Condiciones especiales	<p>Los materiales para decorar siempre se ponen en buen estado (se llevan personalmente, se instalan y se recogen después del evento).</p> <p>Este servicio incluye domicilio.</p>
Valor	<p>Decoración sencilla \$200.000</p> <p>Decoración Intermedia \$500.000</p>

(Tabla 22).

ITEM Y DESCRIPCIÓN	
Producto específico:	DESAYUNOS SORPRESA
Nombre comercial:	Creaciones Yandy.
Unidad de medida:	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que laboran: 1 máximo 2. • Depende de la necesidad del cliente. • Horas: De 1 a hora y media máximo.
Descripción general:	<p>Presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caja de madera o cartón. • Globos. • Tarjeta. • Desechables, pitillo, servilleta y cubiertos. • Cerveza (opcional). • Peluche (opcional). • Desayuno (sandwis y huevos de figuras, papas americanas, jugo, bonyurt, fruta, muffin o pastel, galletas, dulces). <p>Se manejan 8 opciones en las cuales el cliente puede omitir o agregar algo de los productos anteriores.</p>
Condiciones especiales	Los alimentos que requieren refrigeración y los preparados deben ser consumidos en el transcurso

	del día, a menos que el cliente desee volverlos a refrigerar ya que en su mayoría están en su empaque original y tienen fecha de vencimiento. Este servicio incluye domicilio.
Valor	En caja de cartón \$ \$80.000 En caja de madera \$90.000 Con cerveza + caja de cartón \$85.000 Con cerveza + caja de madera \$95.000 Con peluche + caja de cartón \$95.000 Con peluche + caja de madera \$105.000 Con peluche + cerveza + caja de cartón \$100.000 Con peluche + cerveza + caja de madera \$110.000

8. Impactos.

Rango de niveles de impacto positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla: (Tabla 23).

-3	Impacto alto negativo.
-2	Impacto medio negativo.
-1	Impacto bajo negativo.
0	No hay impacto.
1	Impacto bajo positivo.
2	Impacto medio positivo.
3	Impacto alto positivo.

8.1 Impacto Económico (Tabla 24).

	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Liquidez empresarial.							x		2
Generación de empleo.								x	3
Reinversión de utilidades.								x	3
Total									8

Total de impacto social = 8/3.

Total de impacto social = 2.66.

Nivel de impacto social = Impacto medio positivo.

El impacto económico de CREACIONES YANDY es medio positivo, los servicios que adquieren los clientes en su mayoría son pagados en efectivo (liquidez empresarial); generamos empleo y los

activos de la microempresa como materiales y equipo se dan a través de la reinversión de utilidades sin recurrir a créditos.

8.2 Impacto Social (Tabla 25).

Indicador	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Hábitos de consumo.							x		2
Generación de empresas.								x	3
Bienestar comunitario.								x	3
Total									8

Total de impacto social = 8/3.

Total de impacto social = 2.66.

Nivel de impacto social = Impacto medio positivo.

El impacto social de CREACIONES YANDY es medio positivo, de acuerdo a los servicios que brinda la microempresa los hábitos de consumo han sido positivos a través de los clientes; el Distrito de Buenaventura genera empresas rentables mediante la necesidad de los consumidores y a su vez la microempresa aporta al bienestar comunitario mediante la integración social y familiar.

8.3 Impacto Ambiental (Tabla 26).

Indicador	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Conservación del medio ambiente.							x		2
Aplicación de actividades para reducir, reutilizar y reciclar.							x		2
Total									4

Total de impacto social = 4/2.

Total de impacto social = 2.

Nivel de impacto social = Impacto medio positivo.

El impacto ambiental de CREACIONES YANDY es medio positivo, dentro de los servicios que maneja la microempresa hay materiales que se reutilizan; en las animaciones y jornadas recreativas se realizan actividades con enfoque pedagógico a nivel educativo y ambiental.

9. Conclusiones.

El fortalecimiento empresarial llevado a cabo en CREACIONES YANDY sirvió de retroalimentación para mitigar falencias por las cuales estaba pasando la microempresa, teniendo en cuenta factores fundamentales a nivel social, ambiental, económicos, de competencias y servicios entre otros, para el mejoramiento de la misma.

10. Perfil Emprendedor.

¿Qué es un emprendedor?

Se conoce como emprendedor a quien organiza y conduce algún tipo de iniciativas organizacionales, con fines de lucro, corriendo cierto margen de riesgo financiero en ello. No es sinónimo de empresario.

Existen varios tipos de emprendedores:

- **Emprendedores corporativos o de negocios:** Se llama así a quienes se arriesgan a levantar una empresa joven e innovadora (conocidas como Startups) empleando para ello sus pasiones y conocimientos.
- **Emprendedores digitales:** Son característicos de la era digital, pues emplean la Internet y las nuevas tecnologías de información y telecomunicaciones para ofrecer servicios de diversa índole, haciendo énfasis en las novedosas posibilidades de esta tecnología.
- **Emprendedores sociales:** Se conoce así a quienes se avocan a la creación de asociaciones y organizaciones que no necesariamente poseen carácter comercial, como ONG's y otras organizaciones políticas o comunitarias.

Perfil de un emprendedor:

A grandes rasgos, el perfil de un emprendedor es simple: se trata de una persona movida por una visión interior, esto es, alguien apasionado y con la creatividad suficiente para convencer a terceros de lo que hace falta.

Esto significa que un emprendedor no es quien sueña con hacerse rico, o poderoso, sino quien piensa que las herramientas empresariales son un medio para convertir en realidad una visión de mundo.

Características generales:

- **Pasión:** Al no ser simplemente hombres de negocios, los emprendedores deben conectar con sus motivaciones profundas, personales. Son éstas las que desean convertir en una realidad.
- **Visión:** Un emprendedor debe tener capacidad de proyección a futuro para poder percibir y aprovechar las ventanas de oportunidad. Esto es clave en el desarrollo de una Startup, por ejemplo.

- **Confianza:** La incertidumbre en un emprendimiento suele estar muy presente. Por ello, un emprendedor debe tener confianza en sí mismo y en su visión, ya que a menudo las cosas no saldrán como él las había planificado.
- **Liderazgo:** Si un emprendedor se comporta simplemente como un jefe, no podrá inspirar a su equipo y contagiarles de su pasión. Debe ser un ejemplo a seguir y un conductor hacia el camino de la realización.
- **Honestidad:** Los emprendedores deben creer lo suficiente en sus sueños, como para arruinarlos incursionando en prácticas deshonestas, que luego le den mala fama al proyecto o le cierren puertas importantes.
- **Innovación:** En un mundo tan cambiante y veloz, los emprendedores deben tener un ojo abierto para lo nuevo: los cambios que se dan en la cultura empresarial, social o política que les interesa, las nuevas influencias, las tendencias, etc.

Los valores del emprendedor (knowledge):

Nuestra propuesta se centra en la localización y en el estudio de los valores y virtudes que la experiencia atribuye al emprendedor de éxito. Se trata de definir valores comprensibles y evaluables, y que resulten de comprensión sencilla. Para ello, y desde nuestra experiencia proponemos una división de los “valores” en dos grupos, uno positivo y otro negativo.

a) Enfoque positivo: el emprendedor acredita circunstancias personales, virtudes y cualidades. Especialmente:

- Necesidad de emprender y ánimo de lucro.
- Resistencia ante las dificultades.
- Capacidad de emprender: tiene o está adquiriendo experiencia y formación adecuada al alcance de la empresa.
- Capacidad de vencer el agotamiento.

b) Enfoque negativo: el emprendedor aborda la tarea del emprendimiento desde una visión absolutamente realista. Localiza los problemas, defectos y carencias de su propio proyecto y también los del entorno. El emprendedor es consciente de los riesgos y dificultades que enfrenta. Esto se manifiesta en las siguientes competencias:

- Trata de suplir sus carencias personales, hábitos y vicios contrarios a enfoque positivo del emprendimiento.

- Conocimiento del entorno: problemas políticos, económicos, jurídicos tecnológicos y sociales. El emprendedor no presenta una visión utópica del entorno, ni tampoco fatalista.
- Identifica las dificultades prácticas, los peligros y riesgos concretos de su proyecto.

Pilar del emprendedor:

a) Aprendizaje formal: el que tiene lugar en entornos organizados y estructurados, dedicado específicamente al aprendizaje, y por lo general da lugar a la concesión de una cualificación, por lo general en forma de certificado o de título, y abarca los sistemas de enseñanza general, de formación profesional inicial y de enseñanza superior.

b) Aprendizaje no formal: el derivado de actividades planificadas (en cuanto a objetivos didácticos y duración) en el que existe alguna forma de apoyo al aprendizaje (como, por ejemplo, una relación entre estudiante y profesor). Puede abarcar programas para impartir capacidades laborales, alfabetización de adultos y la educación básica para personas que han abandonado la escuela prematuramente. Algunos casos muy comunes de aprendizaje no formal son la formación dentro de la empresa, a través de la cual las empresas actualizan y mejoran las capacidades de sus trabajadores, como el manejo de las tecnologías de la información y de la comunicación, el aprendizaje en línea estructurado (por ejemplo, utilizando recursos educativos abiertos) y cursos organizados por organizaciones de la sociedad civil para sus miembros, su grupo destinatario o el público en general.

c) Aprendizaje informal: es el resultante de actividades cotidianas relacionadas con el trabajo, la familia o el ocio y que no está organizado o estructurado en cuanto a objetivos, tiempo o apoyo para el aprendizaje. El aprendizaje informal puede ser no intencionado desde el punto de vista de quien aprende. Un ejemplo de los resultados obtenidos a través del aprendizaje informal son las capacidades adquiridas a través de las experiencias vitales y laborales. Otros ejemplos son las competencias en gestión de proyectos y en el manejo de las TICs adquiridas en el trabajo, los idiomas y las competencias interculturales aprendidos durante una estancia en otro país, las competencias en TICs adquiridas fuera del trabajo, las capacidades adquiridas en actividades de voluntariado, culturales, deportivas, con jóvenes, o realizadas en casa (por ejemplo, el cuidado de un hijo). (REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD, Marzo 15, n° 107). (RAFFINO, 10 de diciembre de 2018) María Estela Raffino.

Mi aporte como emprendedora: Dar a conocer un producto o servicio sin estudiar el mercado y la demanda al principio genera más pérdidas que ganancias en el segundo trimestre del año 2015, teniendo en cuenta que la apertura de la microempresa dio inicio en abril del mismo año, inicialmente las amistades y los familiares son los primeros en saber de qué se trata esa idea innovadora y ellos a su vez dan a conocer los servicios a terceros; al siguiente año veo la necesidad de certificarnos mediante la Cámara de Comercio del Distrito de Buenaventura.

Los emprendedores somos creativos, apasionados, recursivos y no importa si madrugamos o trasnochamos, la diferencia de laborar para otra empresa a laborar para uno mismo es que te das el lujo de hacer las cosas que te apasionan, manejas tu tiempo, tienes rentabilidad económica y lo más importante es ver las sonrisas de satisfacción de los clientes; las redes sociales juegan un papel fundamental para CREACIONES YANDY, porque nos han contactado a nivel local, nacional e internacional desde: Rusia, Italia, Chile, Australia, España, Cali, Buga y Buenaventura, esto demuestra que la distancia no es impedimento para sorprender a un ser querido llámese amigo o familiar.

11. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

BARRERO, M. A. (Septiembre de 2019). *Siigo · Software contable y administrativo*. Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/indicadores-de-rentabilidad/>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. (5 de DICIEMBRE de 2008). <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>. Obtenido de <https://www.ccb.org.co>

DEFINICIÓN, C. (2011). <https://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/>. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/>: <https://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/>

DIAN. (Febrero de 2002). Obtenido de <https://www.cijuf.org.co/codian02/febreroi02.htm>

DIAMANTE, I. E. (1 de AGOSTO de 2011). *ISSUU*. Obtenido de PROYECTO DEMOCRACIA - PLAN OPERATIVO: https://issuu.com/el_diamante/docs/proyecto-democracia---plan-operativo-anual---2011

EAE BUSINESS SCHOOL. (9 de Octubre de 2018). <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/estrategia-de-operaciones-propuesta-de-valor-y-ventaja-competitiva/>. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/estrategia-de-operaciones-propuesta-de-valor-y-ventaja-competitiva/>: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/estrategia-de-operaciones-propuesta-de-valor-y-ventaja-competitiva/>

ECONOMISTAS SIN FRONTERAS. (s.f.). <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/La-propuesta-de-VALOR-para-el-CANVAS.pdf>. Obtenido de <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/La-propuesta-de-VALOR-para-el-CANVAS.pdf>: <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/La-propuesta-de-VALOR-para-el-CANVAS.pdf>

GIL, F. E. (2016). DESARROLLAR EL BRANDING DE SU EMPRESA PYME. En ALFAOMEGA, *NEGOCIOS: NUEVOS CAMINOS PARA LATINOAMERICA Y ESPAÑA* (págs. 1-12). España: MARCOMBO.

GINER, G. J. (2019). CANALES DE DISTRIBUCIÓN, ¿CUÁL ES EL ADECUADO PARA TU NEGOCIO? *BUSINESS REVIEW - Community Manager y Redactora de Contenidos en la Escuela de Negocios y Dirección*.

GUTIÉRREZ., R. (2017). EL APROVISIONAMIENTO EN LOS PROYECTOS. revistadelogistica.com.

HIDALGO, I. V. (18 de Diciembre de 2005). *GestioPolis*. Obtenido de Tipos de estudio y métodos de investigación: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

MEJÍA, C. A. (5 de JULIO de 2003).
http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf. Obtenido de
http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf:
http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf

MOLINARI, Y. T. (Junio de 2019). PRACTICA PROFESIONAL, 9 Semestre - Uniminuto.
<file:///E:/Practica%20Profesional%209%20semestre/FORTALECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20Creaciones%20Yandy.pdf>. Buenaventura, Colombia.

nandis21.blogspot.com . (s.f.). Obtenido de INDICADORES DE SOLVENCIA - Análisis Financiero: <http://nandis21.blogspot.com/p/indicadores-de-solvencia.html>

PORTER, M. (2010). VENTAJA COMPETITIVA: CREACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE UN RENDIMIENTO SUPERIOR. En M. PORTER, *VENTAJA COMPETITIVA: CREACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE UN RENDIMIENTO SUPERIOR*. CHILE: PIRAMIDE.

RAFFINO, M. E. (10 de DICIEMBRE de 2018). *CONCEPTO.DE*. Obtenido de <https://concepto.de/emprendedor-2/>

SANTOS, R. R. (2015). EL PERFIL DE LOS FUTUROS EMPRENDEDORES SOCIALES. *REVISTA DE ESTUDIO DE JUVENTUD*, 13.

12. ANEXOS

12.1 Histórico de ventas 2016.

GANANCIAS Ventas - Gastos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	VENTAS 2016	GASTOS 2016
Abril (335.000 - 117.500) \$217.500	Animación / Recreación: Decoraciones: Detalles: 75.000 + 65.000 + 65.000 + 65.000 + 65.000	\$335.000	\$117.500
Mayo (845.000 - 345.000) \$500.000	Animación / Recreación: 250.000 Decoraciones: 120.000 + Detalles: 65.000 + 65.000 + 75.000 + 75.000 + 75.000 + 80.000 + 40.000	\$845.000	\$345.000
Junio (220.000 - 60.000) \$160.000	Animación / Recreación: Decoraciones: 180.000 Detalles: 40.000	\$220.000	\$60.000
Julio (395.000 - 150.000) \$245.000	Animación / Recreación: 250.000 Decoraciones: Detalles: 80.000 + 65.000	\$395.000	\$150.000
Agosto (130.000 - 52.500) \$77.500	Animación / Recreación: Decoraciones: Detalles: 65.000 + 65.000	\$130.000	\$52.500
Septiembre (1'295.000-390.000) \$905.000	Animación / Recreación: Decoraciones: 400.000 + 100.000 + 120.000 + 250.000 Detalles: 65.000 +	\$1'295.000	\$390.000

	80.000 + 65.000 + 40.000 + 40.000 + 65.000 + 35.000 + 35.000		
Octubre (305.000 - 252.500) \$252.500	Animación / Recreación: 200.000 Decoraciones: Detalles: 65.000 Maquillaje: 40.000	\$305.000	\$52.500
Noviembre (615.000 - 192.500) \$422.500	Animación / Recreación: 300.000 Decoraciones: 200.000 Detalles: 65.000 + 50.000	\$615.000	\$192.500
Diciembre (1'340.000 - 417.500) \$922.500	Animación / Recreación: 300.000 +300.000 + 300.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles: 75.000 + 65.000	\$1'340.000	\$417.500
Total Ganancias Año 2016		Total de Ventas	Total de Gastos
\$3'772.500		\$5'480.000	\$1'707.500

12.2 Histórico de ventas 2017.

GANANCIAS Ventas - Gastos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	VENTAS 2017	GASTOS 2017
Enero (195.000 - 72.500) \$122.500	Animación / Recreación: Decoraciones: Detalles: 65.000 + 65.000 + 65.000	\$195.000	\$72.500
Febrero (335.000-117.500) \$217.500	Animación / Recreación: Decoraciones: Detalles: 65.000 + 65.000 + 65.000 + 65.000 + 75.000	\$335.000	\$117.500
Marzo (1'795.000 - 420.000) \$1'375.000	Animación / Recreación: 300.000 + 300.000 + 300.00 + 300.000	\$1'795.000	\$420.000

	Decoraciones: 100.000 Detalles: 65.000 + 65.000 + 65.000 + 65.000 + 75.000 + 80.000 + 80.000		
Abril (1'130.000 - 290.000) \$840.000	Animación / Recreación: 1.000.000 Decoraciones: 130.000 Detalles:	\$1'130.000	\$290.000
Mayo (1'300.000 - 290.000) \$1'010.000	Animación / Recreación: 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: Detalles:	\$1'300.000	\$290.000
Junio (1'400.000 - 370.000) \$1.030.000	Animación / Recreación: 1.000.000 Decoraciones: 200.000 + 120.000 Detalles: 80.000	\$1'400.000	\$370.000
Julio (1.550.000 - 380.000) \$1'170.000	Animación / Recreación: 250.000 + 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: Detalles:	\$1'550.000	\$380.000
Agosto (1.400.000 - 370.000) \$1'030.000	Animación / Recreación: 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: 100.000 Detalles:	\$1'400.000	\$370.000
Septiembre (1'550.000 - 380.000) \$1'170.000	Animación / Recreación: 250.000 + 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: Detalles:	\$1'550.000	\$380.000
Octubre (1'690.000 - 420.000) \$1'270.000	Animación / Recreación: 200.000 + 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: 90.000 + 100.000 Detalles:	\$1'690.000	\$420.000
Noviembre (1'300.000 - 340.000) \$960.000	Animación / Recreación: 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: Detalles:	\$1'300.000	\$340.000

Diciembre (2'630.000 - 640.000) \$1'990.000	Animación / Recreación: 250.000 + 300.000 + 300.000 + 300.000 + 1.000.000 Decoraciones: 90.000 + 90.000 + 300.000 Detalles:	\$2'630.000	\$640.000
Total Ganancias Año 2017		Total de Ventas	Total de Gastos
\$10'635.000.000		\$14'725.000	\$4'090.000

12.3 Histórico de ventas 2018.

GANANCIAS Ventas - Gastos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	VENTAS 2018	GASTOS 2018
Enero (600.000 - 80.000) \$520.000	Animación / Recreación: 200.000 Decoraciones: 400.000 Detalles:	\$600.000	\$80.000
Febrero (365.000 - 122.500) \$242.500	Animación / Recreación: 300.000 Decoraciones: Detalles: 65.000	\$365.000	\$122.500
Marzo (445.000 - 150.000) \$295.000	Animación / Recreación: 300.000 Decoraciones: Detalles: 75.000 + 80.000	\$445.000	\$150.000
Abril (600.000 - 180.000) \$420.000	Animación / Recreación: 300.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles:	\$600.000	\$180.000
Mayo (600.00 - 180.000) \$420.000	Animación / Recreación: 300.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles:	\$600.000	\$180.000
Junio (355.000 - 97.500) \$257.500	Animación / Recreación: Decoraciones: 280.000 Detalles: 75.000	\$355.000	\$97.500
Julio (340.000 - 80.000) \$260.000	Animación / Recreación: 250.000	\$340.000	\$80.000

	Decoraciones: Detalles: 90.000		
Agosto (400.000 - 110.000) \$290.000	Animación / Recreación: 300.000 + 100.000 Decoraciones: Detalles:	\$400.000	\$110.000
Septiembre (1'470.000 - 340.000) \$1'130.000	Animación / Recreación: 250.000 + 90.000 + 300.000 + 250.000 Decoraciones: 400.000 + 180.000 Detalles:	\$1'470.000	\$340.000
Octubre (1'835.000 - 420.000) \$1'415.000	Animación / Recreación: 250.000 + 300.000 + 1.100.000 Maquillaje: 25.000 Decoraciones: Detalles: 75.000 + 85.000	\$1'835.000	\$420.000
Noviembre (2.100.000 - 340.000) \$1'760.000	Animación / Recreación: 1.800.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles:	\$2'100.000	\$340.000
Diciembre (2'550.000 - 450.000) \$2'100.000	Animación / Recreación: 1.800.000 + 300.000 + 300.000 + 150.000 Decoraciones: Detalles:	\$2'550.000	\$450.000
Total Ganancias año 2018 \$9'110.000		Total de Ventas \$11'660.000	Total Gastos \$2'550.000

12.4 Histórico de ventas 2019.

GANANCIAS Ventas - Gastos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	VENTAS 2019	GASTOS 2019
Enero (1'300.000 - 60.000) \$1'240.000	Animación / Recreación: 250.000 + 200.000 + 850.000 Decoraciones: Detalles:	\$1'300.000	\$60.000

Febrero (2.060.000 - 150.000) \$1'910.000	Animación / Recreación: 1.700.000 Decoraciones: Detalles: 90.000 + 90.000 + 90.000 + 90.000	\$2'060.000	\$150.000
Marzo (655.000 - 475.000) \$475.000	Animación / Recreación: 250.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles: 105.000	\$655.000	\$180.000
Abril \$0	Animación / Recreación: Decoraciones: Detalles:	\$0	\$0
Mayo (1'310.000 - 410.000) \$900.000	Animación / Recreación: 300.000 + 300.000 + 300.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles: 110.000	\$1'310.000	\$410.000
Junio \$0	Animación / Recreación: Decoraciones: Detalles:	\$0	\$0
Julio (995.000 - 335.000) \$660.000	Animación / Recreación: 300.000 + 300.000 + 300.000 Decoraciones: Detalles: 95.000	\$995.000	\$335.000
Agosto (530.000 - 135.000) \$395.000	Animación / Recreación: 100.000 + 300.000 Decoraciones: 30.000 Detalles: 70.000 Maquillaje: 30.000	\$530.000	\$135.000
Septiembre (785.000 - 280.000) \$505.000	Animación / Recreación: 300.000 + 300.000 Decoraciones: 50.000 Detalles: 85.000 + 50.000	\$785.000	\$280.000
Octubre (1'400.000 - 620.000) \$780.000	Animación / Recreación: 400.000 + 300.000 + 200.000 + 500.000 Decoraciones: Detalles:	\$1'400.000	\$620.000
Noviembre	Protocolo /Animación:	\$400.000	\$200.000

	400.000 Decoraciones: Detalles:		
Diciembre			
Total Ganancias año 2019		Total ventas	Total Gastos
\$7'065.000		\$9'435.000	\$2'370.000

12.5 Encuesta CREACIONES YANDY.

1. Qué empresas de organización de Eventos conoce en Buenaventura?

- Prestige decoraciones.
- Momento mágico.
- Creaciones yandy.
- Otra.

2. Qué tipo de servicios ofrecen estas empresas, que usted a la fecha haya adquirido?

- Animación, recreación o protocolo.
- Desayunos sorpresa.
- Decoración.
- Ninguno / otro.

3. Cómo califica el servicio prestado por estas empresas?

- Excelente.
- Bueno.
- Malo.
- Nunca he adquirido un servicio.

4.Cuál ha sido el criterio de selección de la empresa?

- Calidad en la Prestación del Servicio.
- Precio.
- Confiabilidad.
- Nunca he adquirido un servicio.

5. Qué tipo de servicios no ofrecen en Buenaventura que a usted le gustaría acceder?

- Chiva Rumbera.
- Petición Original de Matrimonio.
- Otro.

6. Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por algún servicio?

- a. Entre 50.000 y 500.000.
- b. Entre 500.000 y 1.000.000.
- c. Entre 1.000.000 y 2.000.000.

7. Sabe usted el nombre de la empresa que lo está encuestando?

- a. Si.
- b. No

8. Como conoció la empresa que lo está encuestando?

- a. Redes sociales.
- b. Publicidad física.
- c. Recomendaciones.
- d. No la conozco.

9. Desde que año distingue la empresa?

- a. 2015 a 2016.
- b. 2017 a 2018.
- c. 2019.

10. Es probable que recomiende nuestra empresa a otras personas?

- a. Si.
- b. No.
- c. No la conozco.