



**PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE CENTRO EMPRESARIAL
MILLENIUM SERVICES & PLUS S.A.S**

Julieth Melissa Estrada Ardila

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ D.C.
2012



**PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE CENTRO EMPRESARIAL
MILLENIUM SERVICES & PLUS S.A.S**

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Lenguas Modernas

Tutor: Carlos Salcedo

Julieth Melissa Estrada Ardila

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ D.C.

2012

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, D.C, 2012

AGRADECIMIENTOS

Principalmente, gracias a Dios, por darme fuerzas y ánimo, por su apoyo incondicional, su guía y su acompañamiento en todo este largo proceso. A todas las personas que directa o indirectamente participaron en el desarrollo de este proyecto, ya sea leyendo, opinando, corrigiendo, dándome ánimos y apoyándome en momentos de crisis, estrés, y felicidad.

Gracias al profesor Carlos Salcedo, por sus enseñanzas, confianza, paciencia y dirección de este proyecto. A mi madre, que me aportó demasiada información y apoyo. A mi hermana y mi sobrina, por ser mi apoyo en momentos de dificultad. A mi padre, que a pesar de la distancia, siempre estuvo pendiente de saber cómo iba mi proceso. A David Gómez y a Nicolás Páez, por su apoyo incondicional y por los muchos granos de arena que me aportaron.

A todos agradezco enormemente, porque sola no hubiera podido sacar esta tesis adelante.

Gracias de cuerpo, alma y corazón.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	12
2. RESUMEN EJECUTIVO	14
3. OBJETIVOS	17
3.1 Objetivo general	17
3.1.1 Objetivos a corto plazo	17
3.1.2 Objetivos a mediano plazo	18
3.1.3 Objetivos largo plazo	18
4. JUSTIFICACIÓN	19
5. ESTUDIO DE MERCADOS	23
5.1 Análisis del sector	23
5.1.1 Análisis servicios empresariales	24
5.1.2 Análisis del sector BPO en Colombia	26
5.2 Mercado objetivo	28
5.2.1 Características del mercado objetivo	28
5.2.2 Estimación del mercado objetivo	28
5.2.3 Herramientas de información mercado objetivo	29
5.3 Análisis de resultados	30
5.3.1 Conclusiones análisis de resultados	42
5.4 Competencia	43
5.4.1 Ar Centro de Convenciones	44
5.4.2 Centro de convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada	45
5.4.3 World Trade Center	46
5.4.4 Conclusiones de la competencia	47
5.5 Estrategias de las 4Ps	48
5.5.1 Estrategias de producto	48
5.5.2 Estrategias de precio	50
5.5.3 Estrategias de plaza	50
5.5.4 Estrategias de promoción	51

6. ESTUDIO OPERACIONAL	52
6.1 Proceso de producción	52
6.1.1 Diagrama del proceso.....	52
6.1.2 Etapas del proceso.....	54
6.2 Mano de obra requerida	55
6.3 Bienes de capital requeridos	55
6.3.1 Capacidad productiva en tiempo y unidades de producto.....	56
6.4 Materia prima y componentes requeridos.....	56
6.4.1 Materia prima y componentes requeridos por unidad de producto.....	57
6.5 Espacio requerido.....	59
6.5.1 Planos del lugar de operaciones	61
6.6 Abastecimiento	65
6.6.1 Proveedores	65
6.6.2 Periodicidad de compras	67
7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	67
7.1 Nombre de la empresa	67
7.2 Tipo de sociedad y sus características	68
7.3 Misión	68
7.4 Visión.....	68
7.5 Logo	69
7.6 Slogan	70
7.7 Valores corporativos	70
7.8 Requerimientos para la creación de empresa.....	72
7.8.1 Registro Mercantil (Cámara de Comercio de Bogotá).....	72
7.8.2 Certificado de uso del suelo (Secretaría Distrital de Planeación)	73
7.8.3 Derechos de autor (Sayco y Acinpro)	73
7.8.4 Concepto sanitario.....	74
7.8.5 Concepto técnico del cuerpo oficial de bomberos	74
7.8.6 Registro Único Tributario RUT	75
7.8.7 Número de Identificación Tributario NIT	75
7.8.8 Registro de Identificación Tributario RIT	75
7.9 Recursos humanos	76
7.9.1 Cargos, perfiles y responsabilidades	76
7.9.2 Proceso de búsqueda de selección y contratación.....	84
7.10 Organigrama	85
7.11 DOFA de la empresa.....	86
7.11.1 Estrategias cruzadas de DOFA.....	87
8. ANÁLISIS FINANCIERO	89
8.1 Inversión inicial	89
8.1.1 Constitución del capital.....	91
8.1.2 Forma de financiamiento del capital	92

8.2 Proyección de ventas.....	92
8.3 Costos.....	94
8.3.1 Mano de obra.....	94
8.3.2 Materia prima y componentes.....	94
8.4 Balance general.....	95
8.5 Flujo de caja.....	96
8.6 Estado de resultados.....	97
8.7 Indicadores financieros.....	98
8.8 Conclusiones financieras.....	98
9. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	99
10. CONCLUSIONES.....	100
11. REFERENCIAS.....	101
12. ANEXOS.....	103

INDICE DE GRÁFICOS

• Gráfico 1: Importancia en porcentajes de la economía en Colombia	25
• Gráfico 2: Percepción de necesidad del servicio	30
• Gráfico 3: Percepción de contar con recursos necesarios para centros empresariales	30
• Gráfico 4: Servicios que los encuestados quieren en un centro empresarial	31
• Gráfico 5: Formas de búsqueda de información de centros empresariales	32
• Gráfico 6: Percepción de importancia de aspectos que se tienen en cuenta a la hora de buscar un centro empresarial	33
• Gráfico 7: Percepción elección tipo de comida	34
• Gráfico 8: Percepción elección tipo de comida rápida	35
• Gráfico 9: Percepción elección tipo de comida tradicional nacional	36
• Gráfico 10: Percepción elección tipo de comida tradicional internacional	36
• Gráfico 11: Percepción tipo de eventos que los encuestados realizan en un centro empresarial	37
• Gráfico 12: Percepción elección de la ubicación del centro empresarial	38
• Gráfico 13: Percepción concurrencia de eventos	38
• Gráfico 14: Percepción de la jornada más adecuada para realizar eventos	39
• Gráfico 15: Percepción mejor época del año para realizar eventos	39
• Gráfico 16: Percepción conveniencia de existencia de un Call Center	40
• Gráfico 17: Percepción de reconocimiento de otros centros empresariales	41
• Gráfico 18: Percepción cantidad de personas que los empresarios invitan a un evento	42

INDICE DE FIGURAS

• Figura 1: Composición del PIB colombiano	21
• Figura 2: Distribución de las empresas en Bogotá por tamaño, 2003	22
• Figura 3: Diagrama del proceso	53
• Figura 4: Mapa de ubicación del lugar	60
• Figura 5: Distribución planta piso 1	61
• Figura 6: Distribución planta piso 2	62
• Figura 7: Distribución planta piso 3	63
• Figura 8: Distribución planta terraza	64
• Figura 9: Logo	69
• Figura 10: Organigrama	85

INDICE DE TABLAS

• Tabla 1: Fortalezas y debilidades de Ar Centro de Convenciones	44
• Tabla 2: Fortalezas y debilidades de Centro de Convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada	45
• Tabla 3: Fortalezas y debilidades de World Trade Center	46
• Tabla 4: Maquinaria y equipos	55
• Tabla 5: Insumos, proveedores y precios	56
• Tabla 6: Insumos diarios para un evento de 80 personas	58
• Tabla 7: Insumos diarios para un evento de 150 personas	58
• Tabla 8: Presupuesto aproximado de adecuación física	60
• Tabla 9: Proveedores	65
• Tabla 10: Cargos, perfiles y responsabilidades	76
• Tabla 11: Cargos vinculados por medio de contrato de nomina	84
• Tabla 12: Análisis DOFA	86
• Tabla 13: Estrategias cruzadas de DOFA	87
• Tabla 14: Inversión inicial	89
• Tabla 15: Proyección de ventas	92
• Tabla 16: Balance general	95
• Tabla 17: Flujo de caja	96
• Tabla 18: Estado de resultados	97
• Tabla 19: VPN y TIR	98

INDICE DE ANEXOS

- Anexo 1: Modelo de encuesta aplicada en el estudio de mercado103
- Anexo 2: Definición Sociedad por Acciones Simplificadas SAS110

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado contiene el plan de negocios para la creación de una idea innovadora pronta a realizar. El centro empresarial Millenium Services & Plus es una empresa que se dedica a ofrecer una amplia gama de servicios empresariales. MS&P es un lugar que busca suplir las necesidades de los empresarios tanto colombianos como extranjeros para que puedan cumplir sus objetivos empresariales.

Como plan de negocios el presente trabajo consta de cuatro partes fundamentales que son el plan de mercadeo, el estudio operativo, el estudio administrativo y legal y finalmente el análisis financiero.

El plan de mercadeo contiene un estudio realizado en forma de encuesta, la cual mostró cuales son las preferencias de los empresarios de pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Bogotá actualmente a la hora de buscar y escoger un centro empresarial.

El estudio operativo contiene todos los requerimientos para la puesta en marcha del negocio, como son, personal, maquinaria y equipos, insumos, etc.

El estudio administrativo y legal contiene la normatividad y procedimientos necesarios que se deben llevar a cabo antes de poner en funcionamiento el lugar.

El análisis financiero contiene toda la información acerca de la inversión inicial, los costos y requerimientos monetarios para el correcto funcionamiento del centro empresarial.

Con este proyecto se quiere contribuir al desarrollo empresarial, en primera instancia en la ciudad de Bogotá y después a nivel nacional. El sector de los servicios es un área que cada día crece más y ofrece a empresas como este centro empresarial grandes oportunidades

para progresar como organización, al mismo tiempo que sus clientes, además que actualmente el TLC con Estados Unidos ya entró en vigencia, y eso generará muchas más oportunidades para los empresarios.

2. RESUMEN EJECUTIVO

El centro empresarial Millenium Services & Plus es un lugar que esta pensado y enfocado a suplir y cumplir con todas las necesidades de los empresarios clientes. Para satisfacer dichas necesidades, MS&P ofrece una amplia gama de servicios empresariales de excelente calidad que coadyuvan al crecimiento del empresario y sus negocios, ya que se basan en eficacia, eficiencia y productividad.

Existen competidores indirectos que ofrecen similares servicios, pero de manera diferente y con otros enfoques. Los servicios ofrecidos por MS&P son salones de conferencias/eventos, traducciones escritas y simultáneas, restaurante, terraza, mini-bar, zona de fumadores, facilidades de logística y tecnológicas, además de que las personas multilingües del lugar serán capacitadas para ayudar y para facilitar la estadía y el procedimiento de negociaciones de los extranjeros que vienen a realizar negociaciones a Colombia. El cliente puede escoger como quiere recibir los servicios y se realizará todo de acuerdo a sus requerimientos. El centro empresarial se basa en ofrecer un excelente servicio de logística, ya que busca ayudar a sus clientes en la organización de todo tipo de evento y encargarse de que todo salga según lo planeado y lograr un éxito rotundo y contribuir al crecimiento y desarrollo del empresario y su organización.

Millenium Services & Plus ofrecerá promociones a los clientes más fieles, en primera instancia, con descuentos para su tercer evento/conferencia, por traer a otra empresa u

empresario, y por usar el lugar los días lunes, martes y miércoles, en un 10%, 10% y 5% respectivamente.

Este centro empresarial quiere aportar al desarrollo y mejoramiento del conocimiento y aplicación de las lenguas modernas en el país, al mismo tiempo contribuir económica, social, culturalmente, y entre otros en el país, haciendo de una manera innovadora la realización de negociaciones.

La creadora y desarrolladora de este proyecto es Julieth Melissa Estrada Ardila, estudiante de Lenguas Modernas de la Universidad EAN, una persona responsable, creativa, y por sobre todo emprendedora, a quien, de verdad, los idiomas, los negocios y salir adelante le apasiona y siente como su vida; este proyecto la ayudará a crecer como persona y como emprendedora. Melissa es una gran estudiante que posee excelentes conocimientos en Traducción, Tecnologías de la Información, Comunicación Organizacional y Mercadeo.

Millenium Services & Plus estará ubicado en el barrio Santa Bárbara, en la localidad de Usaquén, más exactamente en la Carrera 16 # 101 – 10. El segmento de mercado de la empresa son personas entre los 20 y 75 años de edad de sexo masculino o femenino, empresarios de pequeñas y medianas empresas que actualmente requieran llevar a cabo las respectivas negociaciones o eventos ya sean internos o externos en la organización, los cuales buscan ofrecer a sus invitados un ambiente adecuado con las diferentes modalidades que se requieran, ya que en su infraestructura no cuentan con un espacio que les brinde un ambiente en donde se puedan realizar las diversas negociaciones con todas las herramientas necesitadas.

Con base en el tamaño de la empresa (PYME) y con la proyección a corto y mediano plazo (de 1 a 3 años), la inversión inicial calculada es de \$ 205.000.000, valor aportado por una persona rentista de capital, por la dueña de la compañía y por un ente financiador, los cuales aportarán \$ 80.000.000, \$ 80.000.000 y \$ 45.000.000 respectivamente. El objetivo es comprar los insumos y activos necesarios para el desarrollo normal de la empresa. La Tasa Interna de Retorno es de 61,85% y el Valor Presente Neto es de 534.929.869.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Diseñar un plan para la creación de un Centro Empresarial en la ciudad de Bogotá, el cual estará dirigido a ejecutivos tanto nacionales como extranjeros, en donde tengan un lugar para hacer negocios de forma diferente sin que los idiomas sean considerados barreras, ya sea con cada uno de los diferentes servicios ofrecidos, como lo son: salones de reunión/eventos/conferencias, sección de restaurante, terraza, facilidades tecnológicas, y recursos humanos, garantizando una total reserva, generando al mismo tiempo una contribución a una disminución a la tasa de desempleo del país.

3.1.1 Objetivos a corto plazo (1 año)

- Lograr visitas mensuales de 50 clientes potenciales a la página web del centro empresarial.
- Entrevistar a 50 clientes potenciales para informarles acerca de los servicios del centro empresarial.
- Lograr que el 20% de los clientes sean personas que utilicen los servicios del centro empresarial más de una vez por semestre.
- Lograr que los clientes potenciales adquiridos, generen para la organización una estrategia de voz a voz que le dé un alto reconocimiento en el mercado.

3.1.2 Objetivos a mediano plazo (3 años)

- Ser un Centro Empresarial de alto impacto en la capital, consolidada como una empresa reconocida por su excelente calidad en personal capacitado y en los servicios ofrecidos.
- Expandir la empresa a dos sedes en la ciudad de Bogotá.

3.1.3 Objetivos a largo plazo (5 años)

- Expandir la empresa a nivel nacional teniendo como meta las principales ciudades del país (Medellín, Cali, Barranquilla).
- Ser la empresa líder en el mercado de servicios empresariales por ofrecer lo mejor en cuanto a lo que se refiere a facilitación de procesos de negociación.

4. JUSTIFICACIÓN

El Centro Empresarial **Millenium Services & Plus** nace de la necesidad de las diferentes empresas de buscar espacios o lugares de trabajo o negociación diferentes al espacio que poseen en su propia organización. De allí parte la idea de ofrecer un servicio diferente al que algunos lugares como, hoteles, restaurantes, centros de negocios, etc., ofrecen, ya que se presta el servicio de reservación de cualquiera de sus diferentes secciones o de las tres unidades, al mismo tiempo la caracterización del lugar con lo que necesiten, ya sea idioma, decoración, tecnología, etc.

Las empresas extranjeras o nacionales que quieran un espacio diferente y cómodo para realizar negocios, son el mercado objetivo de la empresa.

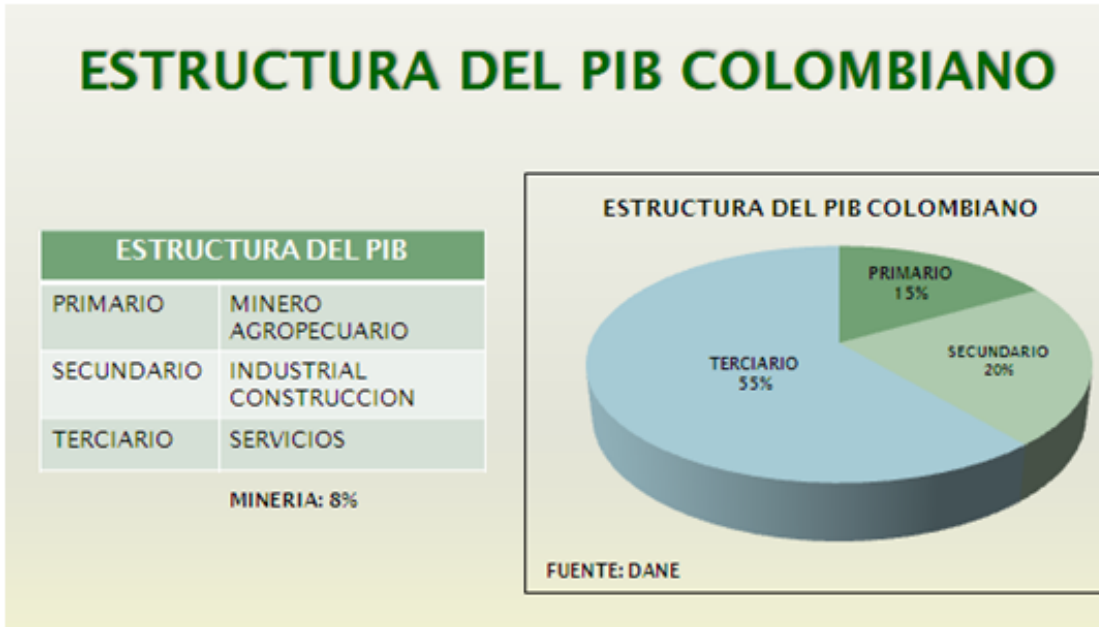
Actualmente en Colombia, no existen lugares que ofrezcan el mismo valor agregado en los servicios que el Centro Empresarial Millenium Services & Plus quiere ofrecer, sin embargo si existen hoteles u otros lugares que ofrecen los mismos productos o similares a los que este lugar ofrecerá, pero de manera diferente o con un objetivo distinto, por lo tanto, lo que se busca es ofrecerle al empresario de hoy o a personas naturales, ya sean colombianos o extranjeros, la mayor comodidad y confiabilidad para así desarrollar la negociación satisfactoriamente en un ambiente apropiado con las mejores herramientas y tecnologías (proyectors, computadores, micrófonos, entre otros) sin que haya tropiezos por barreras lingüísticas o culturales.

La economía colombiana se halla en un momento especial de expansión. *Actualmente la economía colombiana ha tenido una mejora notable, ya que en el 2011 tuvo un crecimiento del 6% y se tienen expectativas de que se expandirá entre un 5% y 6% el presente año, en medio de expectativas de inflación que comienzan a ceder tras recientes alzas de la tasa de interés, según el ministro de Hacienda Juan Carlos Echeverry.* (Infolatam, Marzo 18 de 2012)

En conversación informal con la señora Patricia Ardila, empresaria colombiana, la misma manifestó que un aspecto muy importante para la economía colombiana son los diferentes tratados de libre comercio con los diferentes países como lo son, Canadá, Chile, y todos los países de América del sur, excepto las Guyanas; con EEUU ya se firmó y entró en vigencia el 15 de mayo de 2012. Por otra parte se está entrando en negociaciones del TLC con Israel, Reino Unido, China, Cuba, EFTA (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia).

El PIB en Colombia en el año 2010 presentó una alta cifra en el sector de servicios. El sector primario representó un 15% de la economía, el sector secundario un 20% y finalmente el terciario que es el que contiene el sector de los servicios, representó un 55% de la economía colombiana; lo que le favorece mucho al centro empresarial, ya que el mercado es amplio y la demanda es bastante. (Coodema.coop 17 de julio de 2011). Para ver la composición del PIB de la economía colombiana ver figura 1.

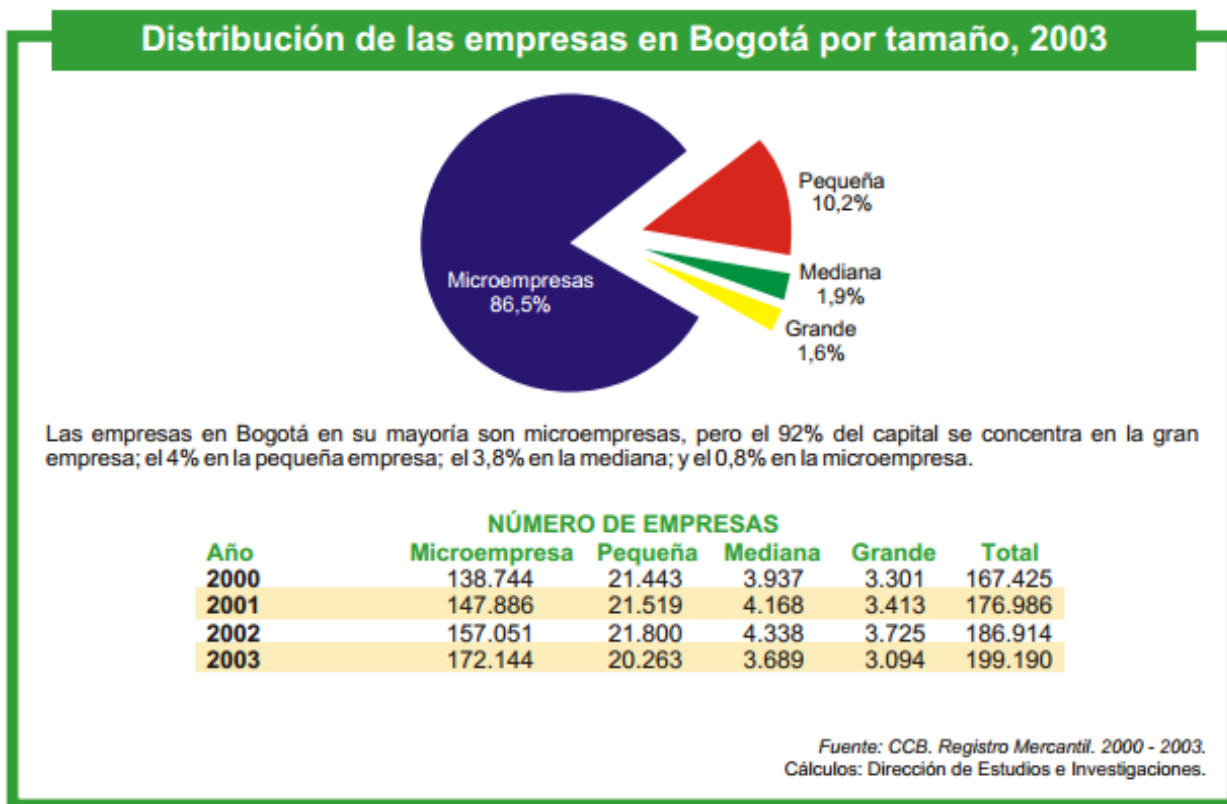
Figura 1: Composición del PIB colombiano



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE

Haciendo un respectivo análisis de lo anterior y de otros aspectos económicos del país, se encuentra una gran oportunidad de negocio, ya que con la realización de los diferentes TLC que se están llevando a cabo, va a haber una mayor inversión extranjera en Colombia, y la economía muestra signos favorables de crecimiento, lo cual puede redundar en un mayor número de negociaciones, y de empresas extranjeras que hagan negocio con y en Colombia. Así mismo, es necesario notar que la mayoría de las empresas colombianas son micro, pequeñas y medianas, (Ver figura 2) y estas muchas veces no cuentan con el espacio suficiente para realizar negociaciones, ni cuentan con los diferentes requerimientos necesarios como lo son facilidades tecnológicas y/o recursos humanos, y es ahí donde Millenium Services & Plus entra y coadyuva con el desarrollo y procedimiento de dichas empresas y de sí misma.

Figura 2: Distribución de las empresas en Bogotá por tamaño, 2003.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá CCB

5. ESTUDIO DE MERCADOS

5.1 Análisis del sector

Actualmente se vive en una sociedad globalizada y para poder sobrevivir en el mundo de los negocios se necesita indispensablemente ayuda de los idiomas.

Aunque el inglés es el idioma universal, las dinámicas del mundo actual evidencian la importancia de conocer otros idiomas como alemán, francés, italiano o chino, gracias al incremento de las relaciones económicas con la Unión Europea o al posicionamiento de China en la economía mundial. La economía colombiana está cada vez más integrada con los mercados internacionales. Un segundo idioma es el vehículo necesario para poder aprovechar sustancialmente las ventajas que ofrecen, por ejemplo el Tratado de Libre Comercio, las nuevas oportunidades de negocio o las de estudio fuera de Colombia. Tanto las empresas colombianas como las empresas internacionales que se localicen en el país, aumentarán la demanda por profesionales bilingües en la medida en que su interacción con proveedores y clientes internacionales así los demande. (Fuente: Ministerio de educación de Colombia 2005)

Millenium Services & Plus contará con personal capacitado en el área de los idiomas, debido a que cada vez más la globalización implica un alto conocimiento de estos para vivir en el mundo de los negocios internacionales. Además de que en Colombia el conocimiento de los idiomas no supera ni alcanza los estándares europeos de conocimientos lingüísticos; y lo que quiere este centro empresarial es contribuir al desarrollo de las lenguas modernas en el país.

5.1.1 Análisis del sector de Servicios Empresariales

El sector de los servicios, es el conjunto de todas aquellas actividades que no producen bienes materiales de forma directa. Trata de servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de otros sectores. Incluye todo lo relativo al comercio, turismo, sanidad, actividad civil, ocio, entre otros. (www.procesosconielec.blogspot.com 3 de octubre 2007).

La industria de Servicios de TI & BPO en Colombia creció 61% en los últimos cuatro años (Fuente: International Data Corporation IDC).

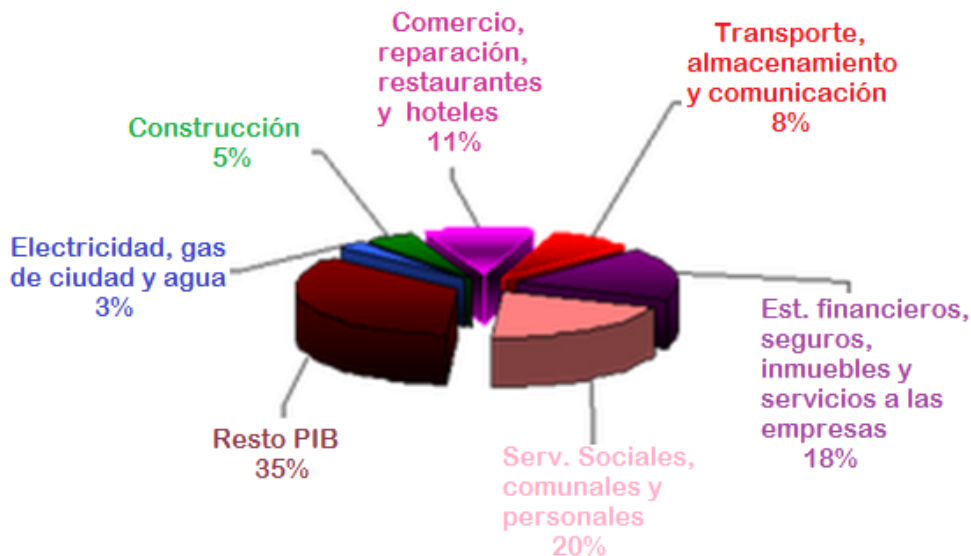
En la actualidad los servicios representan más del 60% de la producción y del empleo mundial. En términos comerciales, suponen más del 20% del comercio total. De acuerdo con estadísticas realizadas, la tasa de crecimiento de los servicios fue trascendentalmente más grande que la tasa de crecimiento del comercio de mercancías en los años 80's, gracias a los avances.

Sin embargo, desde los 90's, el crecimiento de los servicios comerciales ha evolucionado de forma similar al comercio mundial de mercancías, alcanzando en los últimos años tasas superiores a las observadas en el período 1990 - 2000. (www.procesosconielec.blogspot.com 3 de octubre 2007).

El Sector Servicios en Colombia

Actualmente Colombia vive una época de crecimiento económico. El sector terciario en la economía colombiana ha venido adquiriendo una importancia muy significativa en los últimos años. En efecto, en línea con lo sucedido en el mundo, la participación en el PIB del sector de servicios se ha incrementado del 58% en 1992 a más del 63% en 2005. Para este último año, el sector que obtuvo la mayor participación dentro del PIB de servicios es el de servicios sociales, comunales y personales, con un 32%, seguido por el sector de establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas. Ver figura 20.

Gráfico 1: Importancia en porcentajes de la economía en Colombia.



(Fuente: www.procesosconielec.blogspot.com 3 de octubre 2007).

De acuerdo a lo anterior se puede inferir que el centro empresarial está a la expectativa de buenos resultados como empresa, debido a que el sector de los servicios ya sea

mundialmente o a nivel Colombia, cada vez más va aumentando, generando muchos más ingresos tanto para organizaciones como para el país, produciendo de tal manera un éxito garantizado.

5.1.2 Análisis sector Business Process Outsourcing (BPO) en Colombia

El término Business Process Outsourcing (BPO), es la decisión que tiene cualquier compañía de entregar a una empresa especializada aquellos procesos que no hacen parte de su core de negocio.

El ministro Luis Guillermo Plata afirma que: *"En el país hay una infraestructura moderna en telecomunicaciones y un índice de conectividad superior al de India, lo que permite tener una posición favorable y la oportunidad de superarla mediante diversas iniciativas"*.

Para eso se ha definido el plan de negocios del sector, establecido como uno de los ocho de "clase mundial" que tiene el país. "Estas iniciativas fueron diseñadas entre el sector privado y el público, en el marco del Programa de Transformación Productiva". Colombia se tiene que esforzar en desarrollar toda la infraestructura en tecnología, un aspecto que el país ha logrado mejorar, a diferencia de infraestructuras, vías, y geografía.

Castro Ángel apuntó que *el tema del bilingüismo es otro de los fundamentales al analizar el sector. "En la región, dice, el mercado hispano crece y es muy importante, pero se tienen que ampliar las oportunidades en el mercado mundial porque el grueso de las exportaciones de esta industria se pueden dar en inglés. Esa brecha se tiene que cerrar"*.

La industria de BPO se basa en la calidad del servicio. En eso no debe haber lugar a equívocos o inexperiencia. Como el campo de acción es tan amplio, son muchos los profesionales que podrían desempeñarse en este sector de clase mundial.

(El Colombiano.com 8 septiembre 2009)

Como centro empresarial, una empresa BPO, tiene muy amplio el campo en el que se va a desarrollar, debido a que este sector cada vez más crece, y favorece a los empresarios que prestan servicios. Esta empresa se destacará por tener tecnología de punta a la hora de ofrecer planes empresariales, y eso es lo que una empresa BPO necesita para poder ser altamente competitiva en el mercado. El bilingüismo o multilingüismo, se sabe que es algo que realmente importa actualmente, ya que estamos en la era de la globalización, y debido a que últimamente Colombia se está abriendo paso en nuevos mercados, facilitando así, el intercambio de productos o servicios, generando y garantizando éxito a los empresarios del país.

El Centro Empresarial **Millenium Services & Plus** está dirigido a las pequeñas y medianas empresas situadas inicialmente en la ciudad de Bogotá, las cuales no cuentan con un espacio adecuado, o personal capacitado en los diferentes idiomas en los que se mueven los negocios en la actualidad, o facilidades tecnológicas, o recursos humanos, para la realización de negociaciones.

Actualmente la mayoría de las empresas colombianas que son pequeñas no cuentan con un desarrollo tecnológico y lingüístico, haciéndolas menos competitivas en el mercado internacional, es ahí donde el Centro Empresarial encuentra una oportunidad de negocio, ofreciéndoles un servicio con todas las facilidades requeridas por la organización, y más que

se acercan los TLC, éstas requieren un lugar para atender las empresas extranjeras de la mejor forma.

5.2 Mercado objetivo

- Pequeñas y medianas empresas, quienes en su infraestructura no cuentan con un espacio que les brinde un ambiente en donde se puedan realizar las diversas negociaciones con todas las herramientas requeridas.
- Empresarios entre los 20 a 75 años de edad, de sexo masculino o femenino, que actualmente requieran llevar a cabo las respectivas negociaciones ya sean internas o externas a la organización, quienes buscan ofrecer a sus invitados un ambiente adecuado con las diferentes modalidades que se requiera.

5.2.1 Características del mercado objetivo

El mercado objetivo de Millenium Services & Plus son pequeñas y medianas empresas, las cuales tienen entre 10 y 200 empleados y/o trabajadores. Dichas empresas están ubicadas espacialmente en la ciudad Bogotá en el sector norte.

5.2.2 Estimación del mercado objetivo

Son 23.952 empresas pequeñas y medianas de la ciudad de Bogotá.

5.2.3 Herramienta de información sobre el mercado objetivo

Para conocer mejor al mercado objetivo se realizó una encuesta impresa. La ficha técnica de la misma se muestra a continuación.¹

Ficha técnica

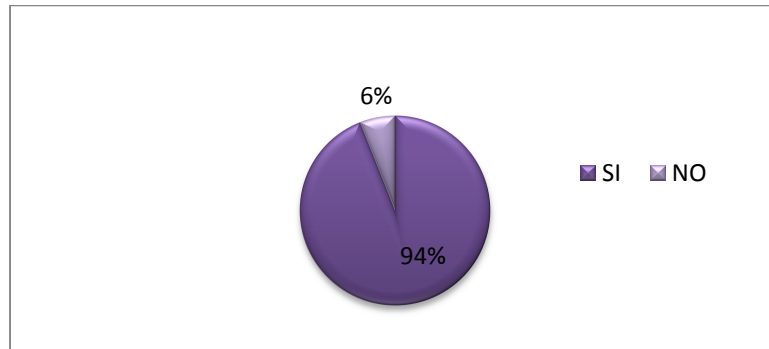
- **ENCUESTADOR:** Julieth Melissa Estrada Ardila
- **EL (LOS) INTERESADO(S):** Diferentes empresas pequeñas y medianas de la ciudad de Bogotá cuya anonimidad se protege por motivos de confidencialidad de la información
- **OBJETIVO:** Determinar la viabilidad de crear servicios complementarios en un centro empresarial
- **UNIDAD ESTADÍSTICA:** Número de personas
- **POBLACIÓN:** 20.263 empresas pequeñas, 3.689 empresas medianas
- **TAMAÑO DE LA MUESTRA:** 42 empresas pequeñas, 8 empresas medianas
- **MARGEN DE ERROR:** 5%
- **UBICACIÓN TEMPORAL:** 1 de marzo al 30 de abril de 2012
- **UBICACIÓN ESPACIAL:** Entre las calles 72 y 180 y carreras 1 a 120 de la ciudad de Bogotá

¹ La encuesta modelo aplicada se encuentra en el Anexo 1 del presente trabajo.

5.3 Análisis de resultados

Las siguientes gráficas muestran los resultados arrojados por las encuestas realizadas.

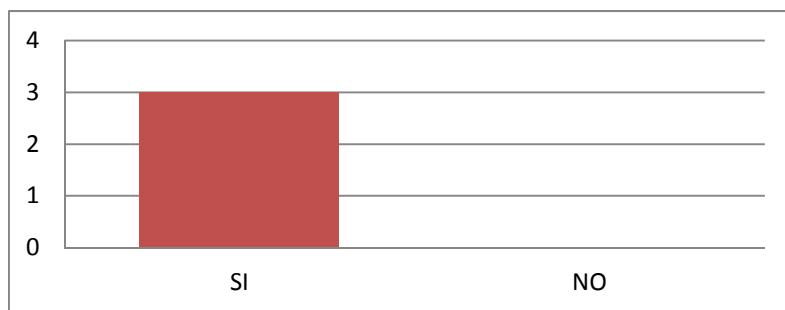
Gráfico 2: Percepción de necesidad del servicio.



Fuente: La autora.

- ✓ El 94% de los encuestados dijeron que si les gustaría un lugar diferente para la realización de negociaciones. El 6% de los encuestados dijeron que no.

Gráfico 3: Percepción de contar con recursos necesarios para eventos

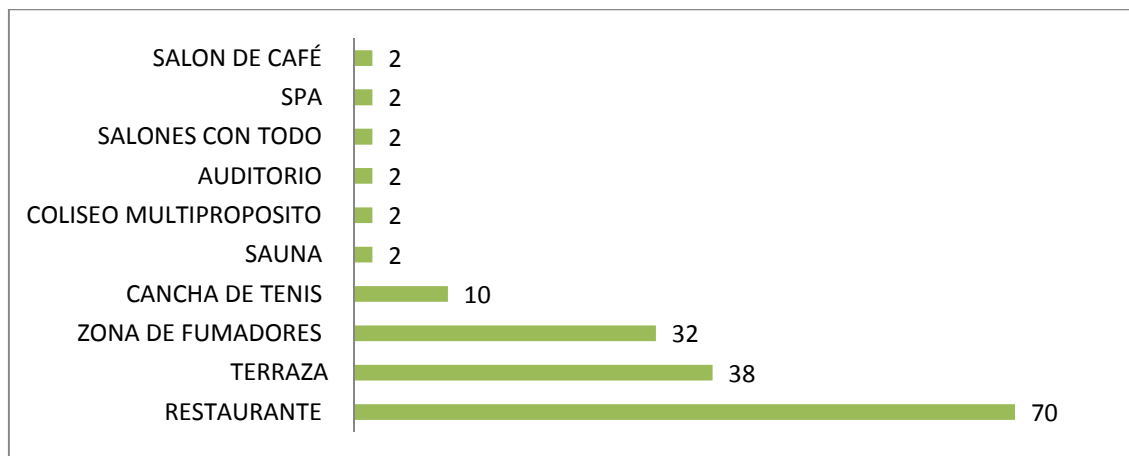


Fuente: La autora.

- ✓ De las personas que dijeron que no en la pregunta No. 1, el 100% dijo que su empresa si cuenta con todo lo que necesitan.

➤ A aquellas personas que contestaron no a la primera pregunta se les pregunto acerca de lo que se necesitaría para que utilizaran los servicios de un centro empresarial. Las respuestas fueron auditorio, habitaciones, y reconocimiento público.

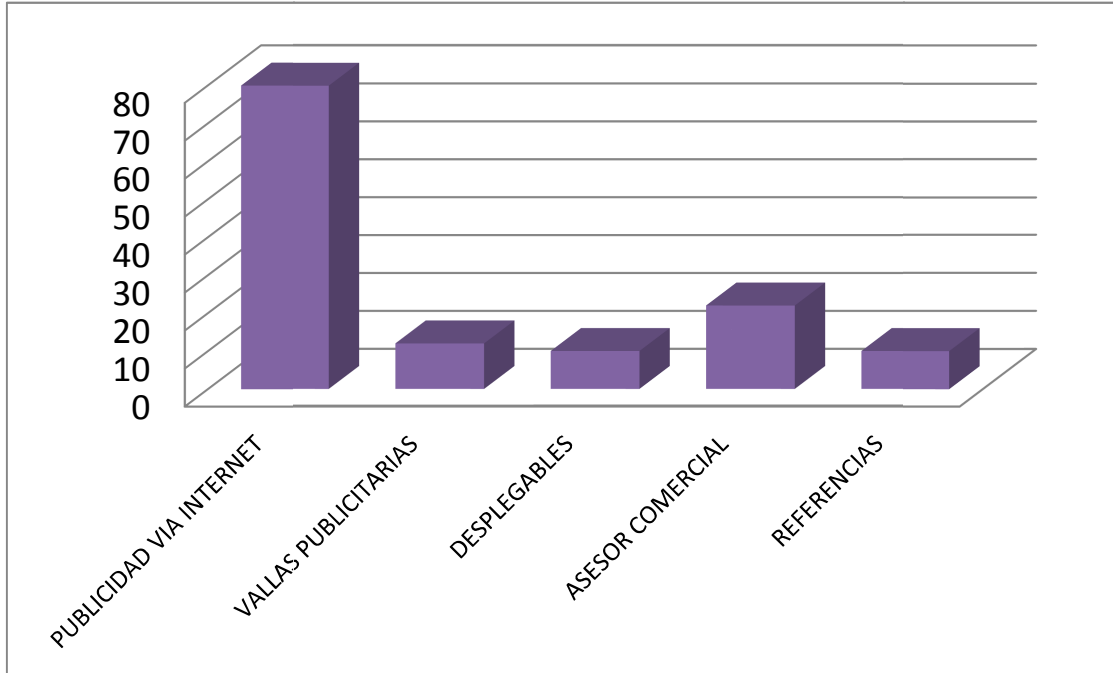
Gráfico 4: Servicios que los encuestados quieren en un centro empresarial.



Fuente: La autora.

✓ De todos los encuestados en su mayoría, el 70% manifestó que, le interesa que un centro empresarial cuente con sección de restaurante, el 38% respondió que le interesa que cuente con terraza, y el 32% respondió que quieren zona de fumadores; ya en su minoría, el 10% quiere que cuente con cancha de tenis, y en un 2% quieren que cuente con salón de café, Spa, salones con todo, auditorio, coliseo multipropósito y sauna.

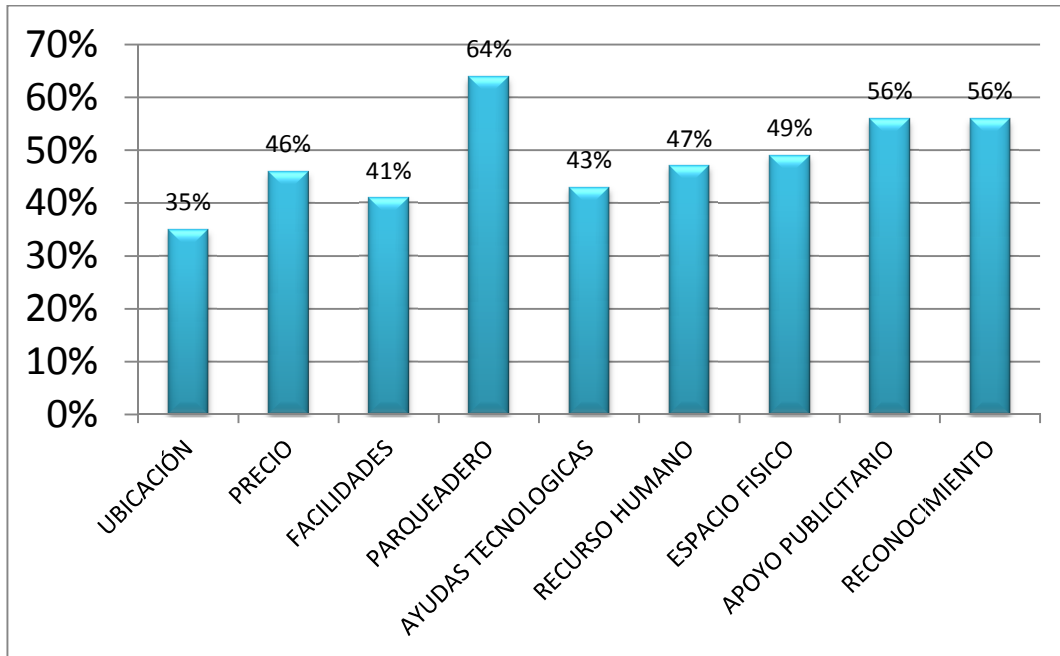
Gráfico 5: Formas de búsquedas de información de centros empresariales.



Fuente: La autora.

- ✓ De los encuestados se ve notablemente que es lo que prefieren los empresarios y que escogen a la hora de tener que buscar un lugar que les preste diferentes servicios, como lo es MS&P, en su gran mayoría respondieron en un 80% que a la hora de buscar un centro empresarial buscan información a través de publicidad vía internet, y un 15% dijo que a través de un asesor comercial; en su minoría respondieron en un 8% que en vallas publicitarias, y en un 7% que en desplegados y a través de referencias.

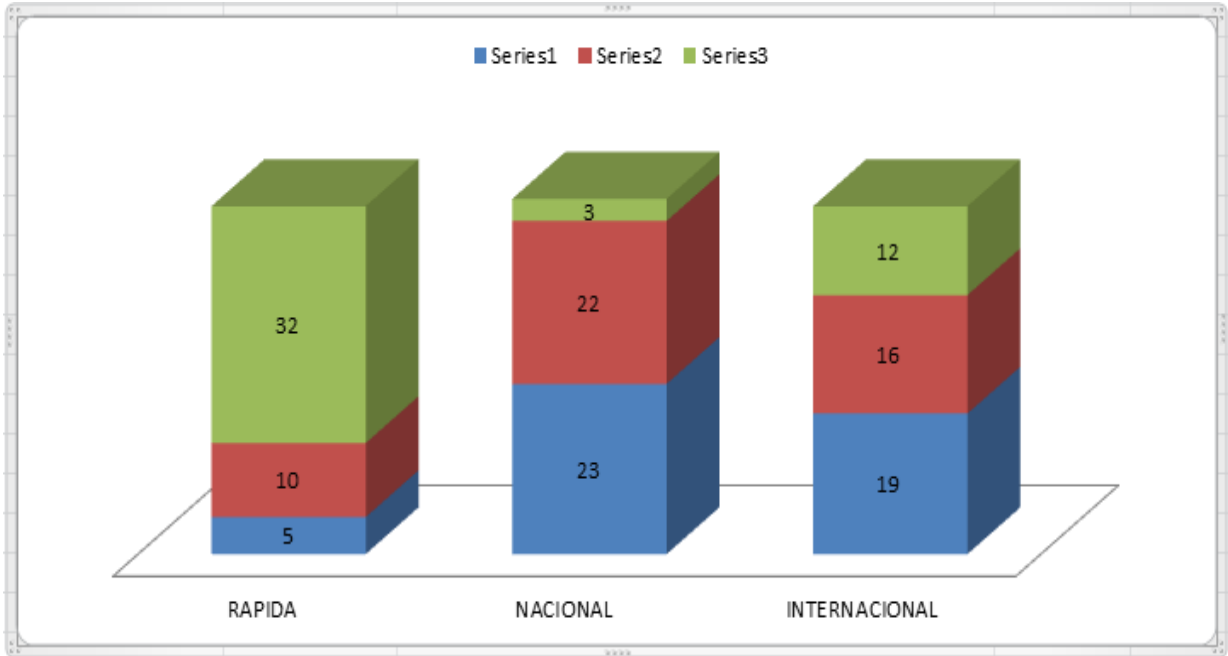
Gráfico 6: Percepción de importancia de aspectos que se tienen en cuenta a la hora de buscar un centro empresarial.



Fuente: La autora

- ✓ A la hora de tener que buscar un centro empresarial cada uno de los diferentes empresarios que respondieron la encuesta escogieron en su gran mayoría que la ubicación del lugar es lo más importante para guiarse y preferir un lugar como MS&P; y en su minoría la mayoría concuerda con que el parqueadero con el que cuente el lugar no algo que sea relevante o muy importante para poder escoger un lugar que les preste diferentes servicios.

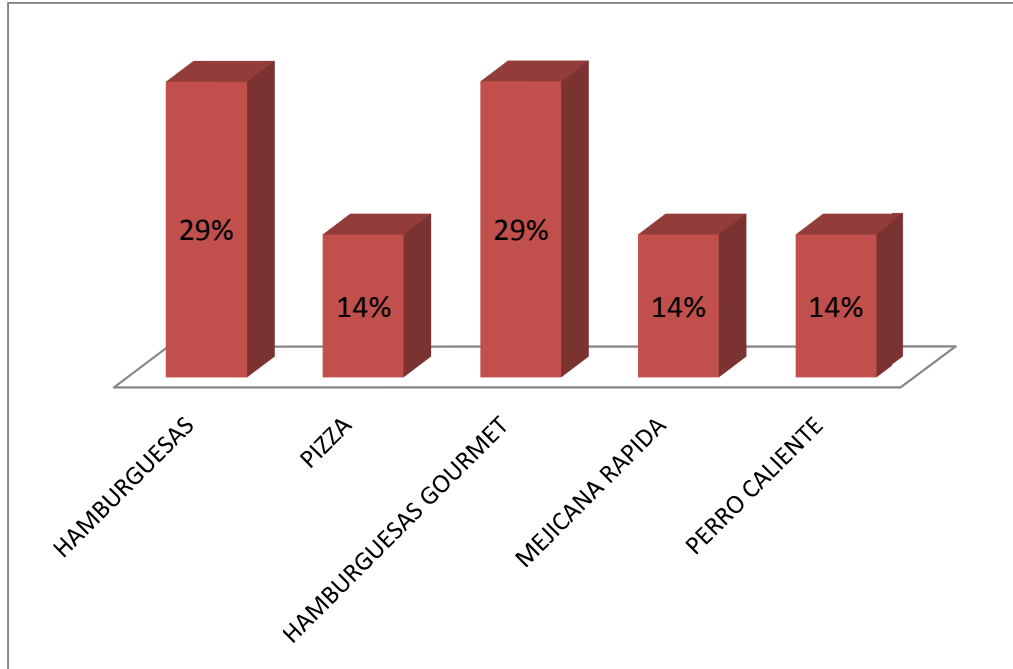
Gráfico 7: Percepción elección de tipo de comida.



Fuente: La autora.

- ✓ Del total de las personas encuestadas, las cuales fueron 50, 23 de ellas, es decir el 46%, dijeron que prefieren la comida tradicional nacional, 19 personas, es decir el 38%, que prefieren la comida tradicional internacional, y 5 personas, es decir el 10%, dijeron que prefieren la comida rápida. Esto da a entender que el centro empresarial debe ofrecer en su restaurante comida tradicional nacional, ya que es lo que la mayoría prefiere, y el cliente siempre tiene la razón.

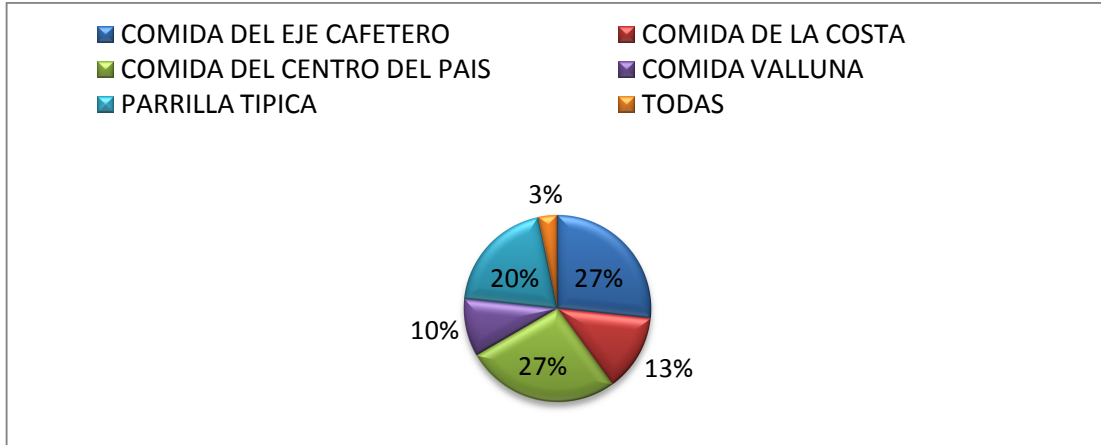
Gráfico 8: Percepción elección tipo de comida rápida.



Fuente: La autora.

- ✓ De las personas encuestadas que escogieron comida rápida como su favorita, dijeron que si el centro empresarial ofrece esta como lo principal, preferirían a las Hamburguesas, con un 29%, y las Hamburguesas Gourmet, igualmente con un 29%, para que este lugar las ofrezca. Y en segunda instancia la minoría de las personas preferían en un 14% la pizza, la comida mejicana rápida, y el perro caliente.

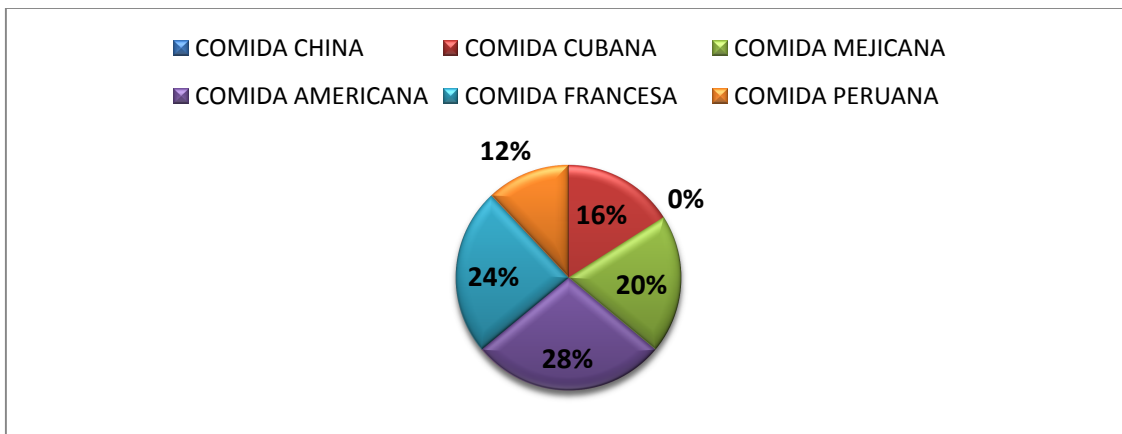
Gráfico 9: Percepción elección tipo de comida tradicional nacional



Fuente: La autora.

- ✓ De las personas que escogieron la comida tradicional nacional como su favorita, dijo en su mayoría, es decir, en un 27% que prefería la comida del centro del país, y otro 27% dijo que preferían la comida del eje cafetero.

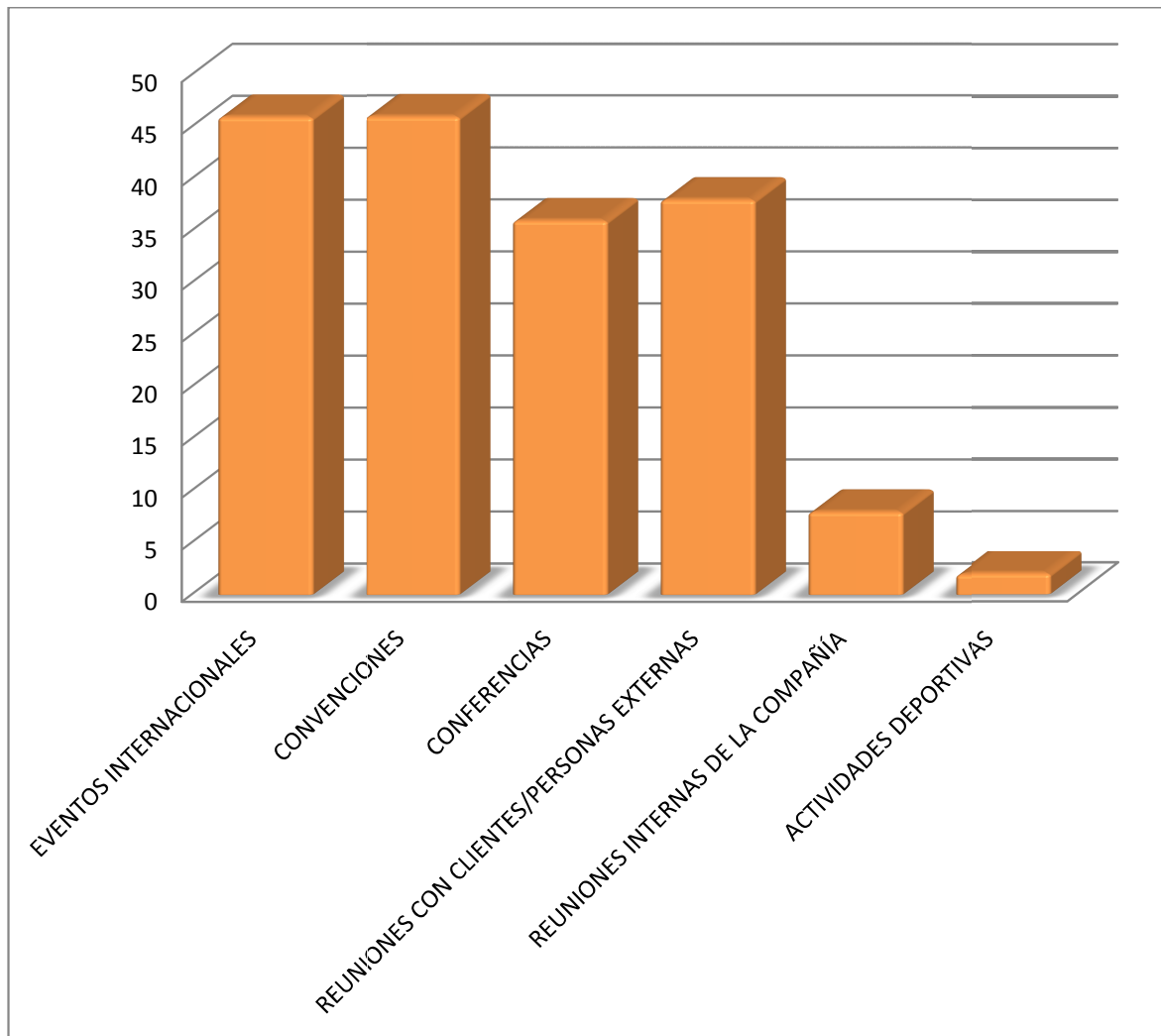
Gráfico 10: Percepción elección tipo de comida tradicional internacional.



Fuente: La autora.

- ✓ De las personas que escogieron la comida tradicional internacional como su favorita, en su mayoría, es decir, en 28% dijeron que escogían la comida americana.

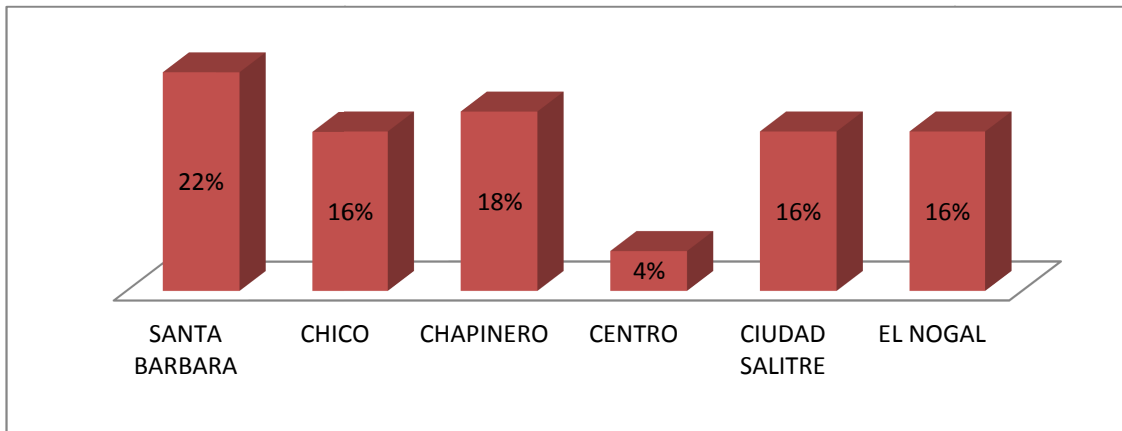
Gráfico 11: Percepción de tipo de evento que los encuestados realizan en un centro empresarial.



Fuente: La autora.

- ✓ De todas las personas encuestadas en su mayoría, es decir el 45%, buscan centros empresariales para realizar eventos internacionales y convenciones, en un 37% para reuniones con clientes/personas externas, en un 35% para realizar conferencias, y en su gran minoría en un 7% para realizar reuniones internas de la compañía y en un 1% para realizar actividades deportivas.

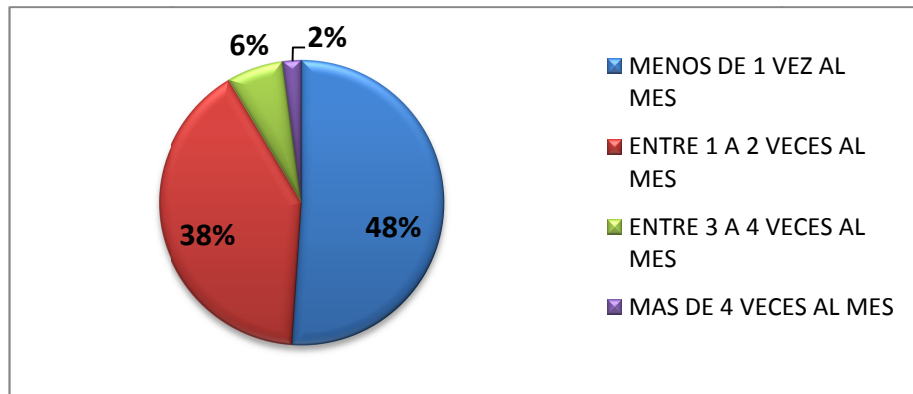
Gráfico 12: Percepción elección de la ubicación del centro empresarial.



Fuente: La autora.

- ✓ La mayoría de los encuestados, es decir el 22%, dijeron que les gustaría que el centro empresarial quede ubicado en el barrio Santa Bárbara, seguido por un 18% que escogió chapinero.

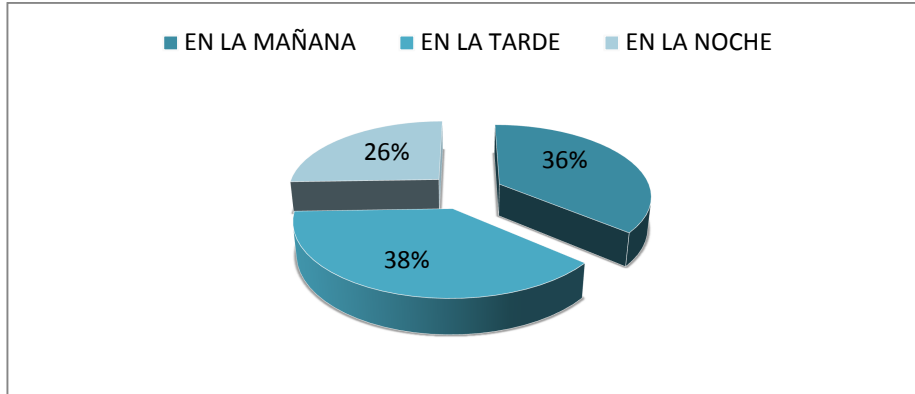
Gráfico 13: Percepción concurrencia de eventos.



Fuente: La autora.

- ✓ La mayoría de empresarios, es decir el 48%, solicitan servicios como los que ofrece este centro empresarial, menos de 1 vez al vez, seguido de un 38% que dijeron que entre 1 y 2 veces al mes.

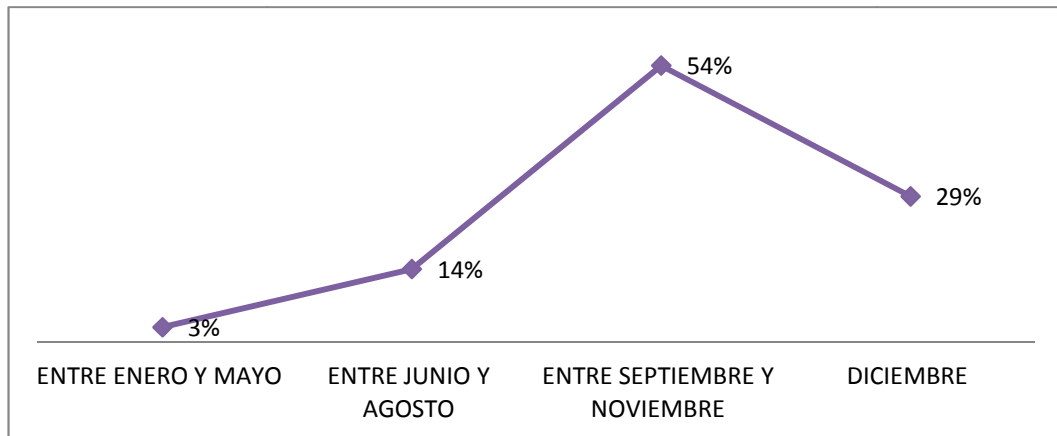
Gráfico 14: Percepción de la jornada más adecuada para realizar eventos.



Fuente: La autora.

- ✓ Los empresarios en su mayoría, es decir, un 38% de los encuestados, arrojaron como resultado, que la jornada de la tarde es la más adecuada para realizar eventos, seguido por un 36% que dicen que la jornada de la mañana.

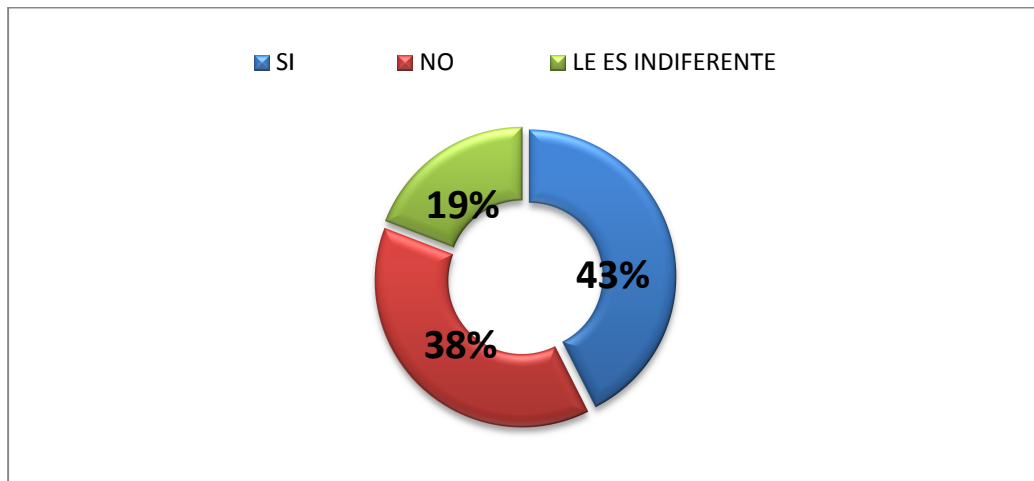
Gráfico 15: Percepción mejor época del año para realizar eventos.



Fuente: La autora.

- ✓ El 54% de los encuestados, arrojaron como respuesta que, la mejor época del año es entre septiembre y noviembre, seguido por 29% que dijeron que la mejor época es diciembre.

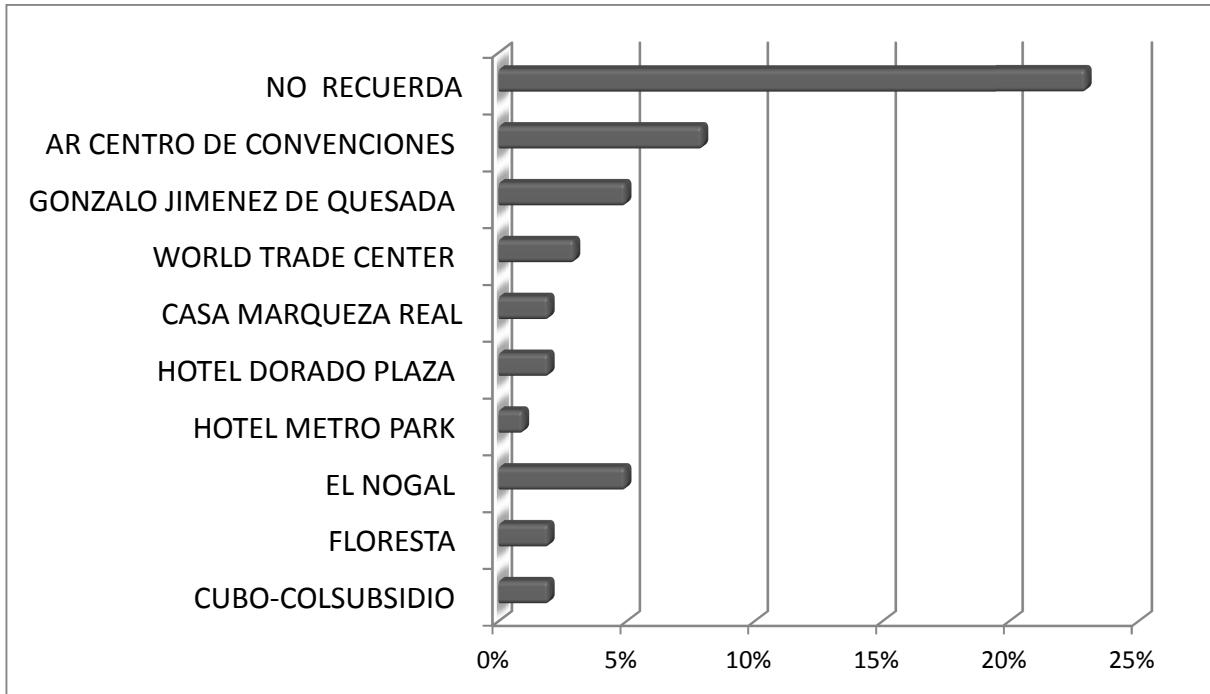
Gráfico 16: Percepción conveniencia existencia de un Call center en el centro empresarial.



Fuente: La autora.

- ✓ Un 43% de los encuestados, es decir en su mayoría, arrojaron como resultado que, si sería conveniente que el centro empresarial cuente con servicio de call center, ya que les parece que sería necesario para poder pedir los servicios que se requieran vía telefónica, seguido por un 38% que dijo que no les parece conveniente, ya que prefieren hacer todo directamente a través de una recepcionista o secretaria, y por un último en un 19% que respondieron que les es indiferente la existencia de uno en un lugar como MS&P, ya que les parece que da lo mismo la forma en que el centro empresarial opere.

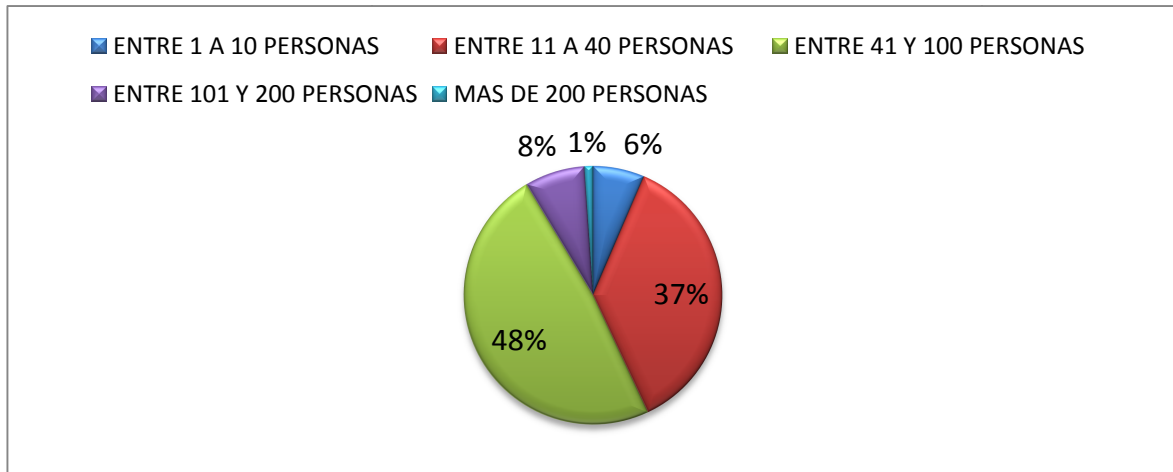
Gráfico 17: Percepción de reconocimiento de otros centros empresariales.



Fuente: La autora.

- ✓ La mayoría de los encuestados, es decir el 23% no recuerda ningún centro empresarial, pero Ar Centro de Convenciones es recordado en un 8%, Gonzalo Jiménez de Quesada Centro de Convenciones y El Nogal en un 5%, y World Trade Center en un 3%. Y en su minoría están Casa Marqueza Real, Hotel Dorado Plaza, Floresta, Cubo-Colsubsudio con un 2%, y finalmente Hotel Metro Park con un 1%.

Gráfico 18: Percepción cantidad de personas que los empresarios invitan a un evento.



Fuente: La autora.

- ✓ La mayoría de los empresarios, es decir el 48%, solicitan salones en centros empresariales con capacidad entre 41 y 100 personas para sus eventos, seguido por un 37% que solicitan para entre 11 a 40 personas.

5.3.1 Conclusión del análisis de resultados

Los empresarios requieren de ciertos servicios para sentirse cómodos a la hora de buscar un centro empresarial, y lo que desean es que este basado en calidad. Cada pregunta arroja una respuesta que será tomada en cuenta para la realización de este centro empresarial. Este lugar, gracias a este estudio de mercado, contará con: Restaurante (en donde ofrecerá comida tradicional nacional), terraza, y zona de fumadores; la publicidad en su mayoría la hará vía internet; estará ubicado en una de las mejores zonas empresariales de Bogotá como lo es el barrio Santa Bárbara; se usará principalmente para ofrecer servicios para eventos

internacionales, convenciones, y reuniones con clientes/personas externas; los servicios se prestarán en jornada de la mañana y de la tarde y se hará un recargo a las empresas que soliciten los servicios en la noche; el lugar se prestará en todas las épocas del año pero se espera realizar promociones y descuentos en las épocas que más se solicite para poder atraer más clientes, como lo son entre septiembre y diciembre; y contará con salones de capacidad de hasta 150 personas. Adicionalmente se harán en una frecuencia moderada otros estudios de mercados para poder ir analizando el cambio de gustos o preferencias de los clientes y poder ir mejorando, para así lograr ser en muy poco tiempo, el líder o uno de los líderes en servicios empresariales en Bogotá.

5.4 Competencia

Los lugares que pueden ser competidores del Centro Empresarial son, hoteles, restaurantes, y centros de negocios y convenciones. Hoy en día en la ciudad de Bogotá D.C. existen alrededor de 241 hoteles, entre los cuales los mejores son: Hotel Cosmos 100, Dann Carlton Bogotá, Bogotá Plaza Hotel, Bogotá Plaza Summit Hotel, Santafé Boutique Hotel, entre otros. En la capital colombiana, existen alrededor de 3.000 restaurantes registrados, como lo son 207 en la localidad de Usaquén, 507 en la localidad de Chapinero, 115 en la localidad de Suba, entre otros. Algunos de los restaurantes que ofrecen comida internacional son: Azul Café, un restaurante de comida Árabe, Arcanos Mayores, un restaurante de comida del Mediterráneo, Charlie's Roastbeef, un restaurante de comida Americana, China Town, un restaurante de comida China, entre otros. Existen aproximadamente 73 Centros de convenciones, entre los cuales se pueden nombrar: Abc Abadía el Faro de Cota, Aguiturismo

Limitada, Casa Marqueza Real, Cafam Floresta, Ar Centros de convenciones, entre otros, y respecto a centros de negocios se pueden encontrar: Andes Plaza, Elebagroup, San Marcos, entre otros.

Se identificaron tres principales competidores basados en el criterio de número de menciones por parte de los encuestados en el estudio de mercado.

5.4.1 Ar Centro de Convenciones

Página Web: <http://www.arcentrodeconvenciones.com/>

Ar centros de convenciones en Bogotá cuenta con espacios para muestras comerciales y ferias amplios y modernos, los salones de eventos en Bogotá están dotados con tecnología de punta, los mejores estándares de calidad y diseño. Todos nuestros ambientes, se adaptan a diversos eventos como:

- Reuniones de Trabajo
- Juntas Directivas
- Seminarios y Asambleas
- Foros
- Ferias y Muestras Comerciales
- Lanzamientos de Producto
- Aniversarios
- Otros

Tabla 1: Fortalezas y debilidades Ar Centro de Convenciones.

Fortalezas	Debilidades
➤ Cuenta con sede para eventos, y aparte	➤ Para determinar los precios, no cuentan

<p>cuenta con servicio hotelero.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Para el desarrollo de eventos empresariales, ponen a disposición un equipo de trabajo idóneo, organizadores de eventos capacitados y con experiencia en servicios hoteleros. ➤ Acompañan desde la planeación, hasta la operación y cierre del evento. ➤ Ofrecen business express, servicio de oficina tales como impresora, fotocopidora, fax, escáner, etc. ➤ Página web muy completa. 	<p>con un tiempo específico/determinado, así que les toca planificar mediante un formulario.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No ofrecen promociones al empresario.
---	--

Fuente: Ar Centros de Convenciones (<http://www.arcentrodeconvenciones.com>), año 2012.

5.4.2 Centro de convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada

Página Web: No cuentan con página web propia.

Inaugurado en 1980. Ubicado en el Centro Internacional, con fácil accesibilidad a todos los lugares turísticos, comerciales, administrativos, culturales de la ciudad. Servicios: Salones y Salas de conferencias y / o exposiciones cafetería (snack Bar).

Tabla 2: Fortalezas y debilidades Centro de Convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto reconocimiento del lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No cuentan con página web propia, en

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo técnico en aparatos de video, sonido, luces y proyección, Parking, Recepción, Guardarropa, almacén, bodega, enfermería, seguridad privada. ➤ Transporte: Fácil acceso para coches, servicio de taxis, parada Transmilenio, buses, busetas. 	<p>donde puedan exponer toda su información de forma personal y única.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No ofrecen promociones al empresario.
---	--

Fuente: Corpocentros (<http://www.corpocentros.com>), año 2012.

5.4.3 World Trade Center

Página web: <http://www.wtcbogota.com.co/index.php>

El Atheneum World Trade Center Club, es un lugar elegante y confortable donde los afiliados encontrarán soluciones a sus necesidades de reuniones sociales y de negocios, eventos comerciales y exhibiciones de arte; al igual que una variedad de menús de la cocina local e internacional.

Tabla 3: Fortalezas y debilidades de World Trade Center.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofrecen Servicio de Catering, Comedor Principal, Bar, Salones para reuniones privadas, Herramientas de comunicación hacia los afiliados, Gimnasio, Baño turco, Salón de belleza. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para determinar los precios, no cuentan con un tiempo específico/determinado, así que les toca planificar mediante un formulario. ➤ No especifican para que capacidad de

<p>➤ Beneficios afiliados: Los afiliados al WTC Bogotá tienen la oportunidad de publicar información sobre algunos de sus productos y servicios y, de la misma manera, acceso a revisar la información publicada por otros afiliados, encontrando nuevas oportunidades de negocio</p> <p>Cuentan igualmente con la oportunidad de participar en ferias y ruedas de negocios de diferentes sectores económicos y corporativos, donde el WTC Bogotá esté presente.</p> <p>➤ Convenios con Hoteles Royal, Royal park, Urban royal, y Radisson</p>	<p>personas son los salones.</p> <p>➤ Son más reconocidos por sus alianzas con los hoteles más que por sus servicios como centro empresarial.</p>
--	---

Fuente: World Trade Center (<http://www.wtcbogota.com.co/index.php>), año 2012.

5.4.4 Conclusiones de análisis de la competencia

Entender la competencia es parte fundamental del crecimiento del negocio. Las estrategias de promoción y el éxito en las ventas están influidos por la capacidad que se tenga para hacer distinguir el negocio en cuestión. Si se conoce a los competidores y lo que están haciendo, se podrá establecer una diferencia con ellos. La competencia siempre va a existir, y gracias a ellos y a los diferentes servicios que prestan se pueden recopilar las ideas de los

servicios o productos que se quieran ofrecer, lo cual le sirve a la organización para guiarse en que ofrecer, y ser más competitivos en el mercado.

La competencia de este Centro Empresarial, tiene bastantes ventajas competitivas, como lo son, reconocimiento en lo que a Bogotá respecta, y oferta de bastantes servicios que ayudan al confort y a la elección de los empresarios. Y aunque sus debilidades son mínimas, esto le permite a esta organización, perfeccionar lo que ellos ofrecen e implementar lo que no, para poder entrar en la mente del consumidor como un centro empresarial que ofrece lo que otros lugares no, logrando un éxito y brindando garantías de lo que se promete junto a satisfacción referente a lo que cada servicio hace sentir en sus clientes, al momento de recibir cada producto y/o servicio.

5.5 Estrategias de las 4Ps.

5.5.1 Estrategia de producto

- Ofrecer diferentes espacios, ambientes, personal y equipos, para la facilitación de procesos de negociación.

Portafolio de servicios

- *Alquiler de salones:* El centro empresarial Millenium Services & Plus, tendrá 3 salones a su disposición, uno con capacidad para 150 personas, y dos para 80 personas cada uno. El

salón para 150 personas tendrá un costo de \$5'000.000 por 3 horas; los salones para 80 personas tendrán un costo de \$4'500.000 cada uno por 3 horas.

- *Servicio de restaurante:* El centro empresarial tendrá a su disposición un servicio de banquete (Banquetes Dayra Ardila), el cual ofrecerá para su deleite comida colombiana típica.
- *Zona de fumadores:* El edificio contará en su cuarto piso (terraza) con un agradable espacio para los apasionados por el cigarrillo. Además se puede disfrutar de las delicias que se ofrecen en el mini bar.
- *Terraza:* El edificio en su cuarto piso ofrecerá un amplio y agradable espacio para relajarse y disfrutar de las delicias que se ofrecen en el mini bar.
- *Mini bar:* Banquetes Dayra Ardila, ofrecerá sus servicios en este espacio. Productos como: licores, pasa bocas, cafés, entre otros, se ofrecerán en el mini bar.
- *Logística:* Un equipo de personas estarán encargadas de ocuparse de la organización de todo tipo de evento. Ayudarán en tareas como: organización de la ubicación de sillas, organización en la ubicación de los asistentes al evento, organización en ubicación de equipos, decoración del salón (ambientación a todo tipo de evento), entre otros.
- *Audiovisuales:* Una persona estará encargada de los equipos tecnológicos, de su instalación, actualización, mantenimiento, entre otros.
- *Traducción:* Estudiantes de universidades que estén en carreras académicas como: Lenguas Modernas, Idiomas, Traducción, y similares, y estudiantes de colegios bilingües y multilingües, que quieran realizar sus prácticas profesionales, o simplemente practicar los idiomas, serán nuestro personal. Se les brindarán capacitaciones para que puedan ofrecer calidad y excelencia a los clientes del centro empresarial.

5.5.2 Estrategia de precio

Calidad y excelencia a un precio justo. Además, descuentos a los clientes potenciales.

Precios.

- Salón capacidad 150 personas: \$5'000.000 por 3 horas.
- Salón capacidad 80 personas: \$4'500.000 por 3 horas.
- Personal: 25% sobre el precio del alquiler del salón.
- Equipos: 10% sobre el precio del alquiler del salón.

Descuentos

- 3 reuniones: descuento 10%
- Si lleva otra empresa: descuento 10%
- Lunes, martes y miércoles: descuento 5%

Recargos

- Servicio nocturno (conferencias con Europa y Asia): 10%

5.5.3 Estrategia de plaza

El centro empresarial Millenium Services & Plus será para aquellas organizaciones que quieran realizar su respectiva negociación o evento en un ambiente diferente, caracterizado por calidad y excelencia, también esta centrado en ofrecer los mejores servicios del país para aquellos empresarios que constantemente se encuentran en proceso de negociaciones, generándoles una mayor confiabilidad a la hora de elegir un

servicio que se adecue a sus necesidades. Estará ubicado en el barrio Santa Bárbara, en la carrera 16 # 101 – 10. Sitio estratégico que se encuentra cerca a una de las zonas empresariales y hoteleras de la ciudad, lo cual hace que por su ubicación la mayoría de los clientes lo escojan debido a que esta facilita el acceso a otras partes de interés, y además muchos de los clientes pueden estar ubicados en esta zona y preferirán MS&P por su cercanía a su empresa o a su hotel.

5.5.4 Estrategia de promoción

Se realizarán campañas publicitarias por medio de los diferentes medios de comunicación como:

- Periódicos: El Tiempo preferiblemente en la sección de negocios.
- Radio: Melodía estéreo, en la jornada de la mañana.
- Internet: Redes sociales, tales como, Facebook.

Al mismo tiempo, se hará publicidad por medio de folletos y/o brochures. Además Millenium Services & Plus contará con una página web que muestre todo lo que ofrece la organización con un fácil acceso.

Millenium Services & Plus trabajará arduamente para hacer que la experiencia en el lugar sea algo inolvidable, para que así mismo se logre una publicidad voz a voz, y aumente el número de clientes.

6. ESTUDIO OPERACIONAL

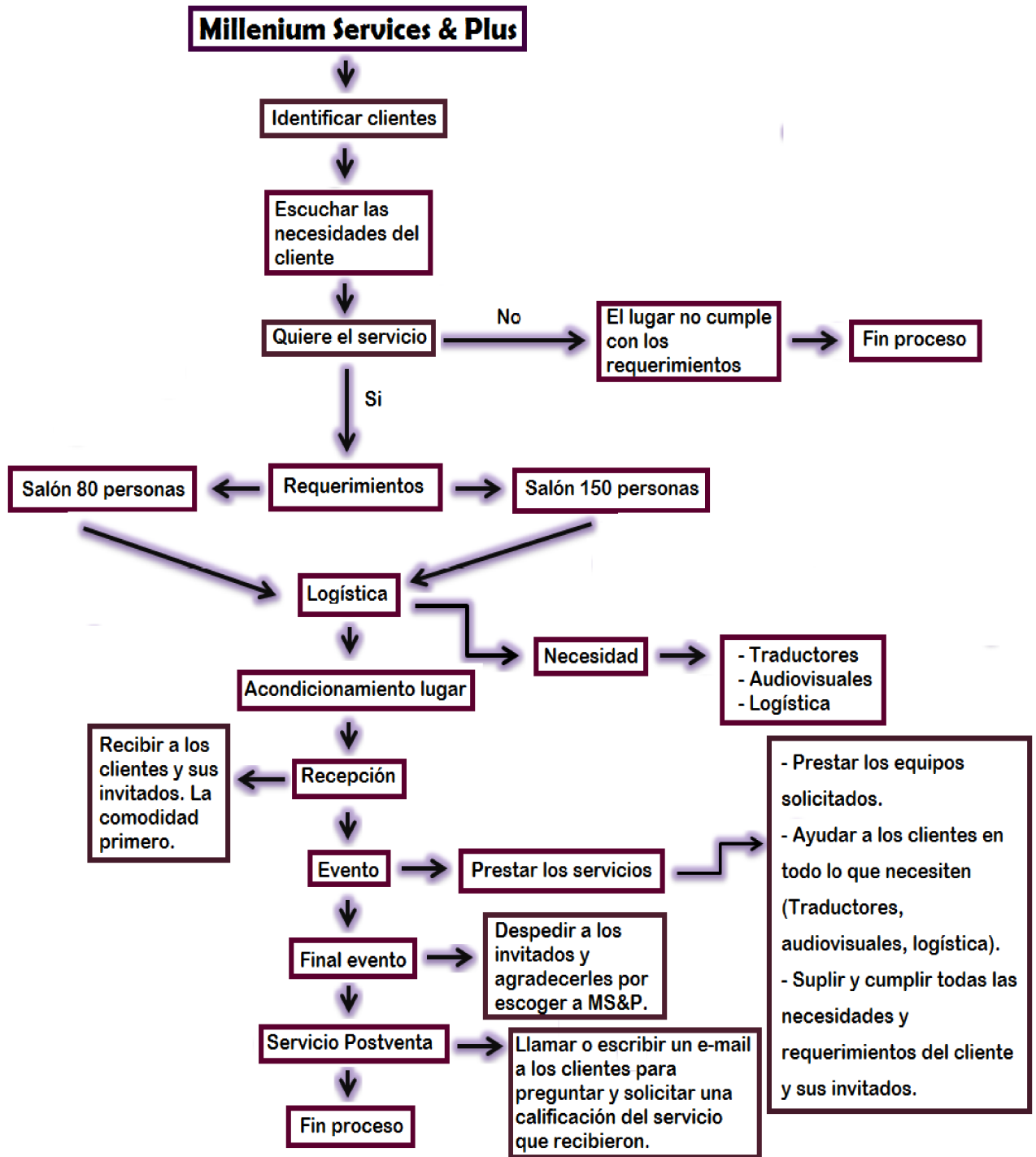
6.1 Proceso de producción

Millenium Services & Plus ofrece un servicio de logística para eventos empresariales, el cual puede ser ofrecido a clientes que manejen diferentes lenguas.

6.1.1 Diagrama del proceso

El siguiente diagrama es para dar una clara imagen de que es lo que realizaré este centro empresarial. Dicho diagrama muestra en secuencia todos los pasos que se dan a seguir para poder realizar el proceso productivo de los servicios ofrecidos por MS&P y escogidos por los clientes, desde que se identifican los clientes hasta que se acaba el evento realizado. Algunos de los pasos se dividen en 2 opciones, ya que no son pasos que son establecidos por la empresa y no son necesarios u obligatorios para que el cliente los siga, esos pasos se basan en la elección preferente de cada uno de los clientes del centro empresarial. Ver figura 3.

Figura 3: Diagrama del proceso.



Fuente: La autora

6.1.2 Etapas del proceso

1. Identificar las empresas (clientes) que necesitan de los servicios ofrecidos.
2. Definir el número de eventos que se realizarán por día.
3. Si el cliente quiere realizar su evento en MS&P se prosigue con el proceso, si no el proceso se da por terminado.
4. Definir qué tipo de eventos se realizarán, su duración y que recursos necesitan.
5. Definir la cantidad de personas que vendrán al centro empresarial.
6. Definir un precio para los servicios que se prestarán.
7. Alistar los equipos, el personal, y el lugar para los eventos a realizar.
8. Recepción para los clientes y sus invitados. Lo primero es la comodidad.
9. Prestar los servicios en el evento: Prestar los equipos, ayudar a los clientes en y con todo lo que necesiten (Traductores, logística, audiovisuales)
10. Finalizar evento: Despedir al cliente y a sus invitados y agradecer por preferir a Millenium Services & Plus.
11. Organizar y limpiar los salones para que estén listos para la adecuación del evento a seguir.
12. Servicio postventa: Llamar o escribir un e-mail a los clientes para preguntar sobre su experiencia y su calificación sobre el servicio recibido.

6.2 Mano de obra requerida

- Personal técnico: Traductores (Estudiantes, pasantes), personal logística, personal audiovisual, recepcionista.
- Personal servicios generales y vigilancia: Vigilancia, Aseo.

6.3 Bienes de capital requeridos

Tabla 4: Maquinaria y equipos.

Artículo	Cantidad	Precio mayor	Precio menor	Precio promedio	Precio promedio total
Letrero principal	1	\$ 1.200.000,00	\$ 800.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Escritorio	1	\$ 250.000,00	\$ 200.000,00	\$ 225.000,00	\$ 225.000,00
Silla principal escritorio	1	\$ 170.000,00	\$ 160.000,00	\$ 165.000,00	\$ 165.000,00
Sillas escritorios	3	\$ 155.000,00	\$ 149.700,00	\$ 152.350,00	\$ 457.050,00
Pc's escritorio COMPAQ	2	\$ 800.000,00	\$ 749.000,00	\$ 774.500,00	\$ 1.549.000,00
Pc's Laptop DELL 14"	5	\$ 1.499.000,00	\$ 1.349.000,00	\$ 1.424.000,00	\$ 7.120.000,00
Barra recepción	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.450.000,00	\$ 1.475.000,00	\$ 1.475.000,00
Mesa de juntas (8 puestos)	1	\$ 900.000,00	\$ 850.000,00	\$ 875.000,00	\$ 875.000,00
Sillas	320	\$ 50.000,00	\$ 47.900,00	\$ 48.950,00	\$ 15.664.000,00
Mesa sombrilla (4 puestos)	4	\$ 1.000.000,00	\$ 980.000,00	\$ 990.000,00	\$ 3.960.000,00
Lámpara terraza	4	\$ 400.000,00	\$ 390.000,00	\$ 395.000,00	\$ 1.580.000,00
Proyector LG	3	\$ 2.000.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.850.000,00	\$ 5.550.000,00
Telón proyección pared	3	\$ 500.000,00	\$ 170.000,00	\$ 335.000,00	\$ 1.005.000,00
Sofás recepción (Lobby)	1	\$ 900.000,00	\$ 890.000,00	\$ 895.000,00	\$ 895.000,00
Sillas recepción (Lobby)	2	\$ 120.000,00	\$ 116.000,00	\$ 118.000,00	\$ 236.000,00
Uniforme	17	\$ 70.000,00	\$ 50.000,00	\$ 60.000,00	\$ 1.020.000,00
Papelería	1	\$ 2.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Tablero + tripode	2	\$ 145.000,00	\$ 135.000,00	\$ 140.000,00	\$ 280.000,00
Fotocopiadora	2	\$ 900.000,00	\$ 700.000,00	\$ 800.000,00	\$ 1.600.000,00
Impresora HP	2	\$ 219.000,00	\$ 190.000,00	\$ 204.500,00	\$ 409.000,00
TV LED 55"	2	\$ 5.000.000,00	\$ 4.990.000,00	\$ 4.995.000,00	\$ 9.990.000,00
Microfono SENNHEISER	6	\$ 300.000,00	\$ 280.000,00	\$ 290.000,00	\$ 1.740.000,00
Cámara video PANASONIC	3	\$ 850.000,00	\$ 800.000,00	\$ 825.000,00	\$ 2.475.000,00
Decoración	1	\$ 6.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.500.000,00	\$ 5.500.000,00
Arriendo	1	\$ 56.000.000,00	\$ 56.000.000,00	\$ 56.000.000,00	\$ 56.000.000,00
Amplificador EVOMA	6	\$ 1.600.000,00	\$ 1.550.000,00	\$ 1.575.000,00	\$ 9.450.000,00
Dispensador de agua KALLE	3	\$ 180.000,00	\$ 175.000,00	\$ 177.500,00	\$ 532.500,00
Greca INGECAFE LTDA	3	\$ 4.500.000,00	\$ 4.400.000,00	\$ 4.450.000,00	\$ 13.350.000,00
Telefono inalámbrico	5	\$ 120.000,00	\$ 115.000,00	\$ 117.500,00	\$ 587.500,00
				TOTAL	\$ 146.190.050,00

Fuente: La autora

6.3.1 Capacidad productiva en tiempo y unidades de producto

El centro empresarial Millenium Services & Plus contará con 3 salones de eventos distribuidos apropiadamente, los cuales son, 2 de capacidad para 80 personas y 1 de capacidad para 150 personas. En total son 310 personas de capacidad en eventos. Se estima que diariamente, si los eventos duran aproximadamente de 3 a 4 horas, se pueden atender de 3 a 4 eventos por salón, es decir un aproximado de 930 a 1240 personas por día. Pero inicialmente se comenzará con un promedio de 2 eventos diarios, es decir aproximadamente de 160 a 230 personas.

6.4 Materia prima y componentes requeridos

Tabla 5: Insumos, proveedores y precios.

INSUMOS/mes	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Filtros	Distovar LTDA	50 PAQ por 40	\$ 2.582	\$ 129.100
Café	Distovar LTDA	30 PAQ por 500 grs	\$ 7.381	\$ 221.430
Instacrem sobres	Distovar LTDA	10 PAQ por 100	\$ 10.005	\$ 100.050
Sobres aromática	Distovar LTDA	40 PAQ por 25	\$ 971	\$ 38.840
Azúcar (Sobres)	Distovar LTDA	80 PAQ por 25	\$ 3.960	\$ 316.800

Mezcladores	Distovar LTDA	1 PAQ por 1000	\$ 861	\$ 861
Vasos desechables icopor	Distovar LTDA	40 PAQ por 25	\$ 1.617	\$ 64.800
Garrafón Agua	Aguas San Martin	50	\$ 6.500	\$ 325.000
Servilletas	Plastisuba	5 PAQ por 100	\$ 23.000	\$ 115.000
Papel higiénico	Plastisuba	3 PAQ por 65	\$ 45.000	\$ 135.000
Jabón líquido 2L	Carrefour	100	\$ 16.000	\$ 1.600.000
Papel de cocina	Plastisuba	2 PAQ por 700	\$ 40.000	\$ 80.000
Toallas de papel	Plastisuba	3 PAQ por 180	\$ 66.500	\$ 199.500
			TOTAL	\$ 3.326.381

Fuente: La autora

6.4.1 Materia prima y componentes requeridos por unidad de producto

- En un evento para 80 personas en promedio se requiere:

Tabla 6: Insumos diarios para un evento de 80 personas.

EVENTO 80 PERSONAS	
INSUMOS/día	CANTIDAD
Filtros	3 Unidades
Café	1 1/2 lbs
Instacrem sobres	100 Unidades
Sobres aromática	100 Unidades
Azúcar (Sobres)	100 Unidades
Mezcladores	100 Unidades
Vasos desechables icopor	200 Unidades
Garrafón Agua	1 Unidad
Servilletas	4 Paquetes
Papel higiénico	2 Unidades
Jabón líquido 2L	4 Unidades
Papel de cocina	1 Unidad
Toallas de papel	2 Unidades

Fuente: La autora.

- En un evento para 150 personas en promedio se requieren:

Tabla 7: Insumos diarios para un evento de 150 personas.

EVENTO 150 PERSONAS	
INSUMOS/día	CANTIDAD

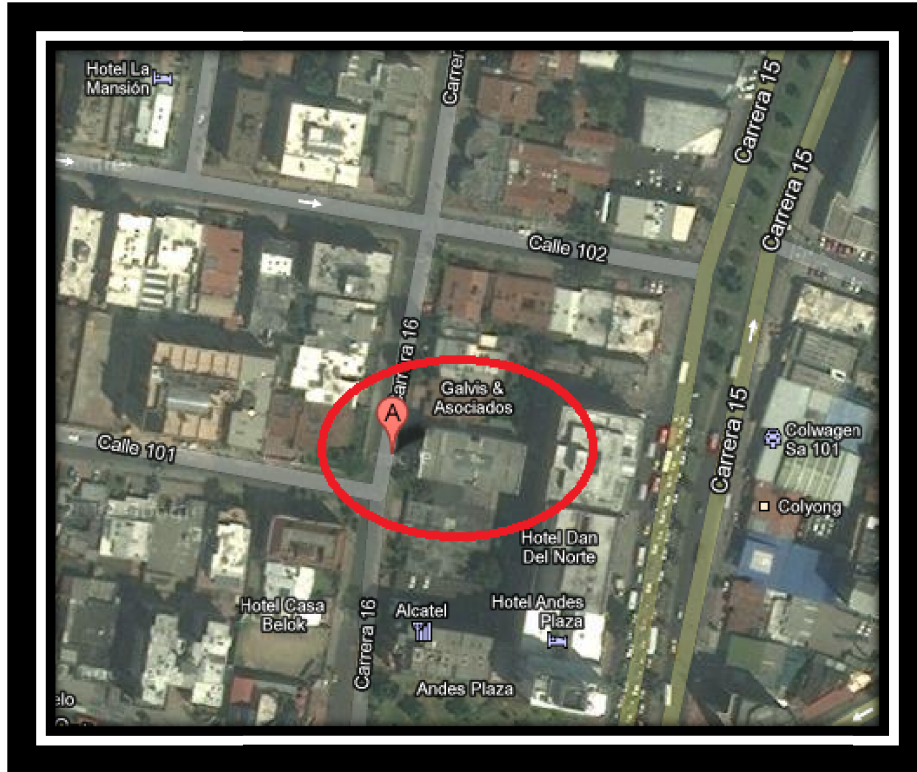
Filtros	6 Unidades
Café	3 lbs
Instacrem sobres	250 Unidades
Sobres aromática	250 Unidades
Azúcar (Sobres)	250 Unidades
Mezcladores	250 Unidades
Vasos desechables icopor	250 Unidades
Garrafón Agua	2 Unidades
Servilletas	6 Paquetes
Papel higiénico	4 Unidades
Jabón líquido 2L	6 Unidades
Papel de cocina	2 Unidades
Toallas de papel	4 Unidades

Fuente: La autora

6.5 Espacio requerido

El centro empresarial estará ubicado en la localidad de Usaquéen, en el barrio Santa Barbará, más exactamente en la Carrera 16 # 101 – 10. En donde actualmente se encuentra un edificio de 2000 m2, de 4 plantas listo para arrendar. Ver figura 22.

Figura 4: Mapa de ubicación del lugar.



Para adecuar el lugar se calculo en conversación informal con un arquitecto un presupuesto aproximado de 50 millones de pesos divididos de la siguiente manera:

Tabla 8: Presupuesto aproximado de adecuación física

REQUERIMIENTO	COSTO
Arquitecto	\$ 20.000.000,00
Mano de obra	\$ 20.000.000,00
Materiales.	\$ 10.000.000,00

	\$
Total	50.000.000,00

Fuente: La autora

6.5.1 Planos del lugar de operaciones

Figura 5: Distribución de planta piso 1

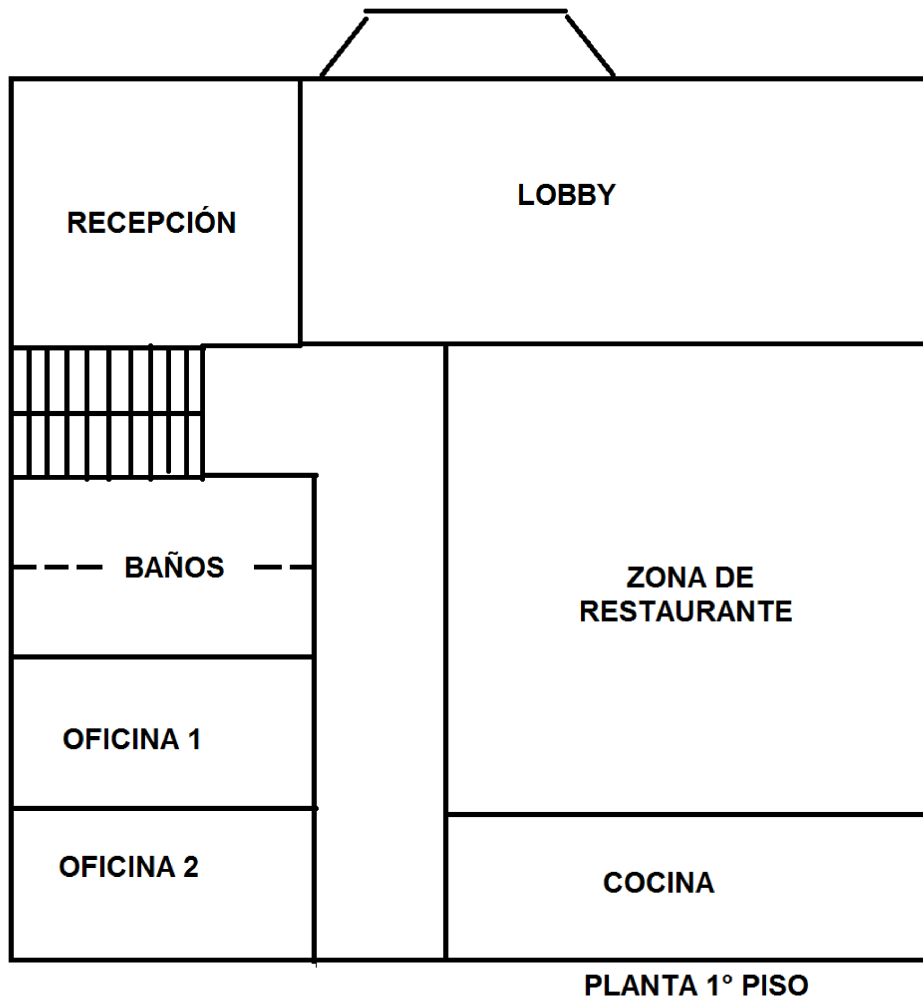


Figura 6: Distribución de planta piso 2

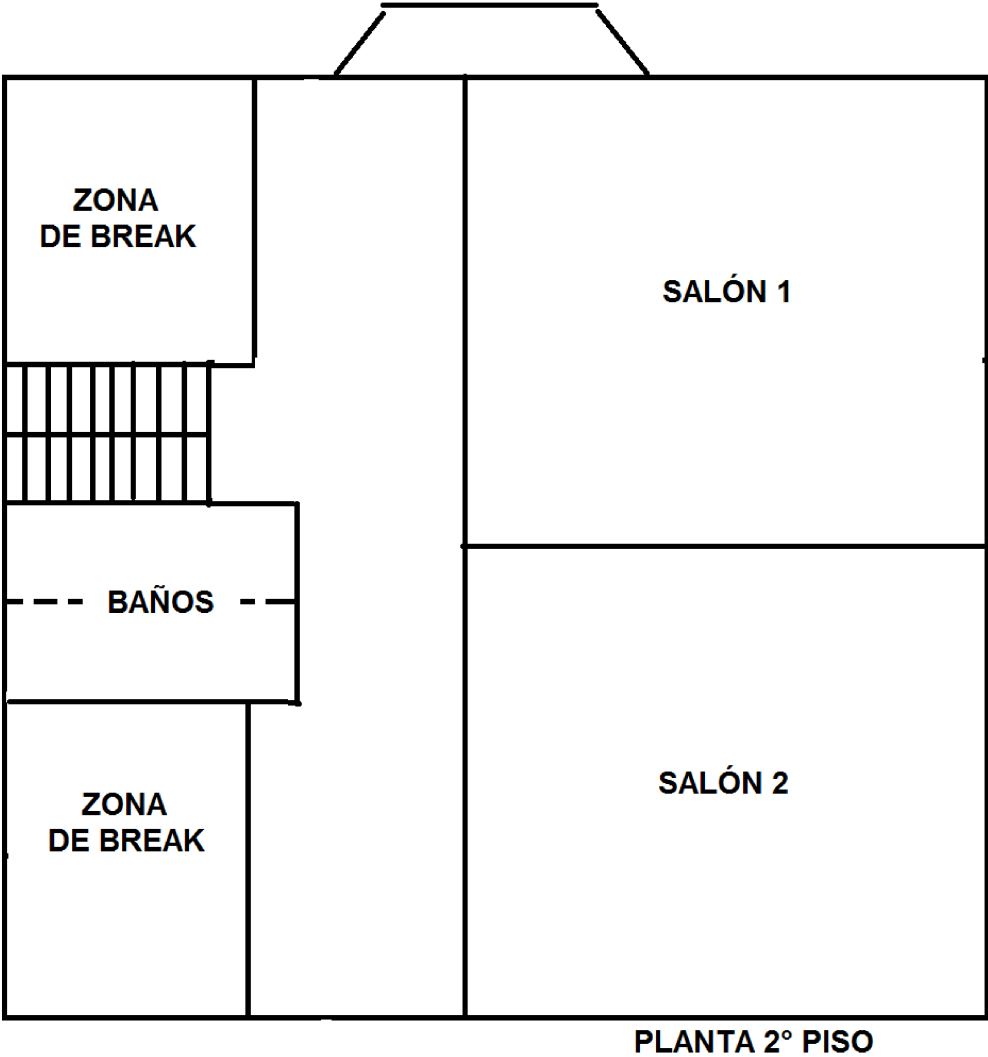


Figura 7: Distribución planta piso 3

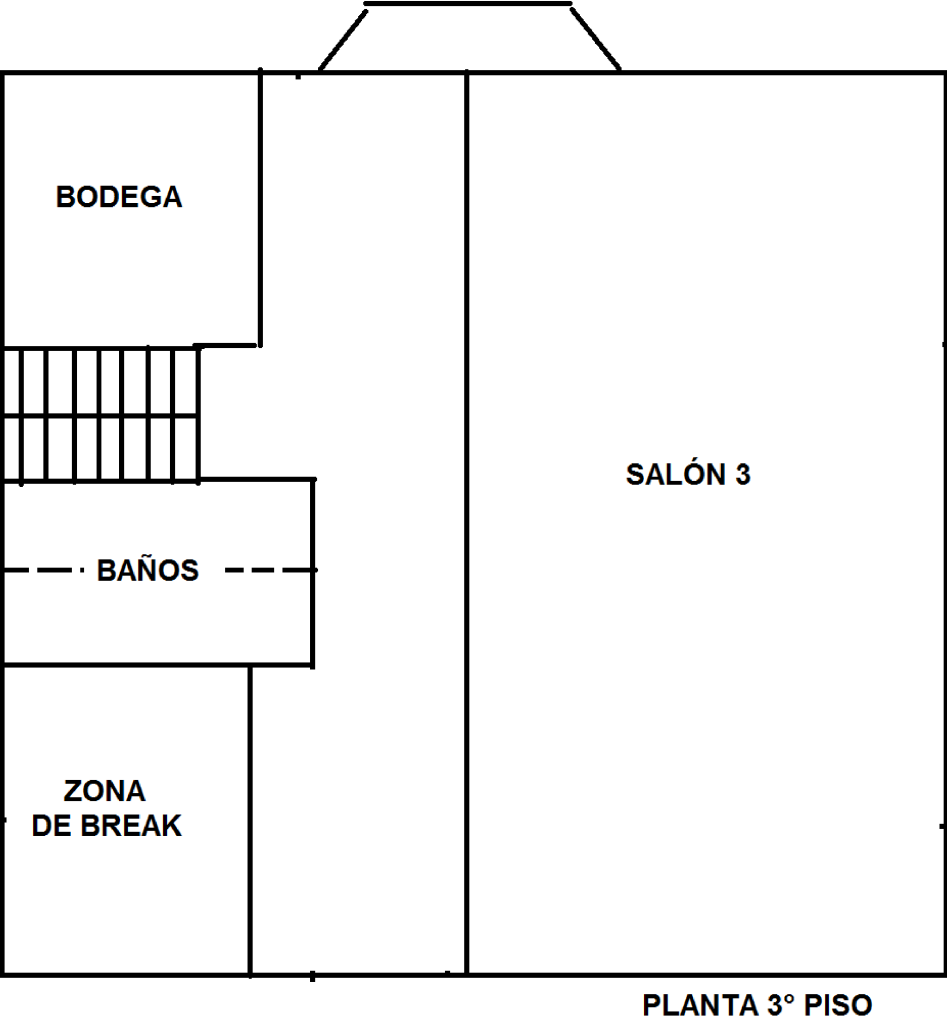
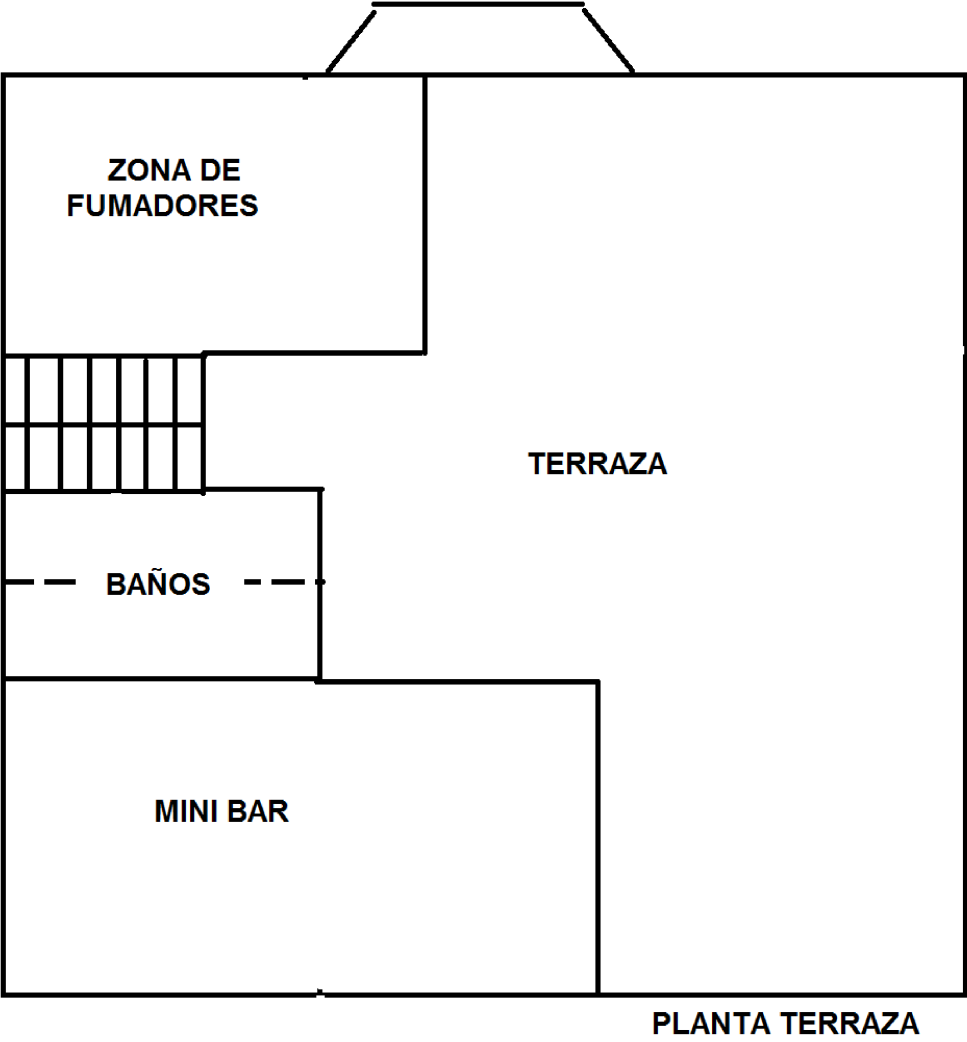


Figura 8: Distribución planta terraza



6.6 Abastecimiento

6.6.1 Proveedores

Tabla 9: Proveedores

PRODUCTO	PROVEEDOR
Muebles	Home Center
Tecnología	Alkosto, AMG Virtual.
Restaurante	Dayra Ardila Banquetes.
Vigilancia	MASTIN Seguridad LTDA.
Aseo	Casa limpia.

Fuente: La autora

Estos proveedores fueron elegidos, ya que al parecer del Centro Empresarial, son los productos y servicios de mejor calidad, y como el centro empresarial se basa en calidad e innovación, son los más apropiados y además son populares y reconocidos. Por otra parte, son muy reconocidos, y personalmente los uso para objetivos personales y para mi hogar. Los proveedores de vigilancia y aseo, son reconocidos y son recomendados como muy buenos y dedicados en lo que hacen.

- Las condiciones de pago de Home Center son: Se pueden cancelar los productos mediante efectivo o crédito (Visa, MasterCard, American Express, Diners Club International). El cliente deberá asumir los costos de transporte de los productos adquiridos y el pago de los impuestos a que haya lugar en razón de su compra; en todo caso, el valor del transporte será informado al momento de generar la orden de compra,

aclarando que dicho cargo puede variar conforme a la ciudad a donde deba efectuarse el despacho y será informado de manera definitiva en el correo electrónico de aceptación de la orden de compra y notificación de pago exitoso. La promesa general de entrega de un producto adquirido a través del almacén es 1 a 2 días y a través de la página web será de 5 días, que se comenzarán a contar a partir del día siguiente a la aceptación de la orden de compra. No obstante, ante circunstancias imprevistas, ajenas a la voluntad de SODIMAC COLOMBIA S.A – Almacenes Homecenter- e irresistibles, se llegasen a presentar retrasos en las entregas, tales circunstancias será informadas telefónicamente o por vía electrónica al comprador.

- Las condiciones de pago de Alkosto son: Se pueden cancelar los productos mediante efectivo o crédito (Visa, MasterCard, American Express, Diners Club International). El cliente podrá solicitar la reversión del pago cuando sea objeto de un fraude o una operación no solicitada, cuando el producto no sea recibido, no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso. Cada solicitud se revisará individualmente y en caso que aplique la reversión se realizará en un plazo máximo de 30 días. El envío se hace solo dentro del territorio continental colombiano, el tiempo de entrega de los productos es desde el mismo día a 2 días.
- Las condiciones de pago de AMG Virtual son: Se pueden cancelar los productos mediante efectivo o crédito (Visa, MasterCard, American Express, Diners Club International). El tiempo de entrega de los productos es desde el mismo día a 2 días.
- Las condiciones de pago de Dayra Ardila Banquetes son: Efectivo o cheque. La entrega del producto se hace el mismo día de los eventos, por lo menos unas 2 horas antes.

- Las condiciones de pago de MASTIN Seguridad LTDA son: Transferencia o cheque. El dinero se entrega antes de recibir al personal el cual se recibe en la fecha que se haya establecido en el contrato.
- Las condiciones de pago de Casa Limpia son: Transferencia o cheque. El dinero se entrega antes de recibir al personal el cual se recibe en la fecha que se haya establecido en el contrato.

6.6.2 Periodicidad de compras

Todos los insumos se comprarán al inicio de cada mes, teniendo en cuenta su fecha de caducidad.

Mantenimiento y renovación equipos: Los enseres e inmuebles del centro empresarial se actualizarán aproximadamente cada 5 años, que es el tiempo de vida útil de dicho tipo de productos.

7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

7.1 Nombre de la empresa

MILLENIUM SERVICES & PLUS

- MILLENIUM: El lugar planea ser un centro empresarial exitoso y de alto impacto en la ciudad/país, es decir, el centro empresarial del milenio, gracias a su excelente dominio de las lenguas modernas, que son la base o el puente hacia los negocios en la actualidad.

- SERVICES: El lugar ofrecerá una alta gama de servicios empresariales, ya sean los establecidos por la organización o los que el cliente requiera en cada uno de sus eventos/reuniones/conferencias/etc.
- & PLUS: El lugar ofrecerá un alto nivel lingüístico y tecnológico en sus servicios prestados, además de productos, facilidades y lo que el cliente requiera específicamente.

7.2 Tipo de sociedad y sus características

Sociedad Por Acción Simplificada: Millenium Services & Plus será una sociedad por acción simplificada. Para ver las características de las SAS ver Anexo 2.

7.3 Misión

Satisfacer las expectativas y necesidades del cliente, contribuyendo a la facilitación de procesos de negociación, mediante servicios de logística para eventos derrumbando barreras lingüísticas, garantizando valor y vigencia, para así poder mantenerse como una empresa líder en servicio, productividad y rentabilidad.

7.4 Visión

Convertirse en el 2020 en la empresa líder que pone al alcance el mundo de los negocios, gracias a la aplicación de los idiomas y su desenvolvimiento. Además de ser líder en el mercado colombiano de logística y preparación de eventos, gracias a su productividad, agilidad, innovación y flexibilidad en su oferta de servicios.

7.5 Logo

Figura 9: Logo



Fuente: La autora

El planeta tierra simboliza que actualmente se vive en la era de la globalización; hoy en día las organizaciones realizan muchas negociaciones y eventos para y con extranjeros, y de eso se trata Millenium Services & Plus, de brindar todas las facilidades para un excelente proceso de negociaciones a nivel global. Además se quiere dar a entender, de la misma manera, que el centro empresarial irá creciendo poco a poco, logrando así un fuerte reconocimiento en el ámbito empresarial, colaborando cada vez más con más empresas mientras se expande y se posiciona como líder en el mercado. El continente América significa un concepto grande, el cual quiere decir que, ese será el mercado objetivo de la organización después de conquistar en primera instancia el mercado colombiano.

Los colores en el logo simbolizan:

- Rojo: Energía, fortaleza, determinación, amor, alegría y capacidad de liderazgo.

- Azul: Estabilidad, lealtad, confianza, sabiduría, inteligencia, verdad, inteligencia, y en relación con colores cálidos (rojo) provoca atención y alto impacto.
- Blanco: Seguridad, inicio afortunado, y perfección.
- Negro: Elegancia, poder, formalidad, autoridad, fortaleza, prestigio, seriedad, y en combinación con el color rojo produce un efecto vigoroso.

7.6 Slogan

“Tu evento, nuestro compromiso”

Millenium Services & Plus quiere dar a entender con este slogan que, toda organización que confié su evento a este centro empresarial, estará segura y con ella su negocio; cada servicio se ofrecerá con una excelente calidad, ya que todo el personal dará de sí mismo un 100% de productividad para ayudar a cada cliente a sacar adelante su evento y con este su organización.

7.7 Valores corporativos

- Excelencia: Porque cada uno de los servicios ofrecidos satisfarán al cliente en un 100%.
- Laboriosidad: Porque cada una de las personas que trabajen en MS&P hará su mayor esfuerzo para lograr ser los mejores.
- Orientación al cliente: Porque todo se hará de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- Dinamismo: Porque no se desfallecerá en ningún momento y siempre se trabajará con alegría.
- Lealtad: Porque nunca se defraudará al cliente, en ninguna circunstancia.
- Confidencialidad: Porque cualquier información brindada será confidencial y reservada.

- Responsabilidad (Social): Porque se ayudará en la educación y profesionalismo de personas que quieran perfeccionar idiomas extranjeros.
- Respeto: Porque siempre habrá una relación de respeto y seriedad con los clientes.
- Profesionalismo: Porque se trabajará lo más profesional posible para poder que el cliente quede satisfecho con lo que recibió en MS&P.
- Honestidad: Porque siempre se hablará con la verdad, en cualquier circunstancia.
- Ética: Porque todo será de acuerdo a las reglas establecidas, en cualquier circunstancia.
- Servicio: Porque todo estará enfocado en servir al cliente.
- Compromiso: Porque se trabajará arduamente, las necesidades del cliente serán el compromiso de cada una de las personas de MS&P.
- Tecnología: Porque se trabajará con la mejor tecnología para que el cliente se sienta cómodo.

Cada uno de los valores corporativos son conceptos que se enfocan en cada uno de los servicios que ofrece Millenium Services & Plus, cada valor se utiliza en función de los objetivos; con cada uno de estos la empresa se forjará y se consolidará como una de las mejores en el país. Además que especifican las características competitivas, las condiciones del entorno, y lo que se hará frente a la competencia. Cada valor corporativo será cultura, costumbre y realidad de lo que será la organización.

7.8 Requerimientos de la creación de empresa

7.8.1 Registro mercantil (Cámara de Comercio de Bogotá CCB)

- Costo: Debido a la Ley 1429 de 2010, hay un descuento del 100% en el costo de la matrícula mercantil en la inscripción del primer año de la empresa.
- Documentos a presentar: PERSONA NATURAL
- Matriculas de personas naturales se deben matricular en la cámara de comercio
- Se deben matricular todas las personas naturales que realicen en forma permanente o habitual actividades mercantiles.
- Formulario de matrícula debidamente diligenciado por el comerciante persona natural o el representante legal de la persona jurídica, suministrando en forma exacta los datos solicitados.
(No se admiten tachones o enmendaduras)
- Formato de pre-inscripción ante la DIAN o de tener ya el NIT deben presentar certificado del RUT actualizado expedido por esa entidad.
- Formato de Ventanilla Única debidamente diligenciado.
- Tener muy en cuenta lo que realmente se va a matricular, si se trata de persona natural y su establecimiento de comercio o si corresponde a persona jurídica (Sociedad, empresa unipersonal, entidad sin ánimo de lucro entre otros) y establecimiento de comercio sí es del caso
- Renovación: Renovar la matrícula es actualizar cada año la información que reposa en los archivos de la Cámara de Comercio

7.8.2 Certificado de uso del suelo (Secretaria Distrital De Planeación)

La certificación de uso del suelo es solicitada con el objeto de conocer si un establecimiento cuyo objeto social sea la prestación de un servicio comercial puede desarrollar sus actividades en el lugar escogido para instalarse

➤ Trámite:

1. Solicitar por escrito ante la Oficina de Planeación, el certificado de uso del suelo.
2. Remitirse a la Oficina de Planeación Municipal, con la solicitud o carta solicitando certificado de uso de suelo, anexando volante de consignación original y si es necesario registro de cámara de comercio

➤ Costo: Gratuito

➤ Vigencia: Indefinida.

7.8.3 Derechos de autor (Sayco Y Acinpro)

Los establecimientos comerciales que utilicen música para su operación tendrán que pagar este impuesto a la Sociedad de Autores y Compositores, SAYCO y a la Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores, ACINPRO.

➤ Presentarse con el certificado de la inscripción ante la Cámara de Comercio donde se toma los datos como son:

- Propietario
- Documento de identificación
- Actividad y nombre comercial

Con los datos anteriores se expide la respectiva liquidación para ser cancelada en cualquier oficina bancaria de AV-VILLAS o DAVIVIENDA.

- Valor: Esto varía según la visita de las autoridades correspondientes.

7.8.4 Concepto sanitario:

- Solicitar en la empresa del estado de su localidad –hospital- una visita higiénico sanitaria para su negocio o establecimiento.
- Asegurarse que durante la visita se anoten las observaciones y exigencias sanitarias.
- El concepto sanitario reemplaza la licencia sanitaria de funcionamiento.
- El concepto sanitario es gratuito y tiene vigencia anual.
- El concepto de la visita según las condiciones de su establecimiento será favorable, pendiente o desfavorable.

7.8.5 Concepto técnico del cuerpo oficial de bomberos:

- Después de constituido su establecimiento solicite el concepto técnico de bomberos en la estación más cercana a su establecimiento y localidad.
- Presentando el Certificado de Cámara y Comercio, en la estación de Bomberos se realiza la liquidación (costo) de la visita de acuerdo al 1% del Rete ICA fijado para el negocio.
- Cancele el valor indicado en la corporación bancaria señalada.
- Radique la copia del pago en la estación de bomberos donde realizó la solicitud.
- Si al momento de su solicitud la evaluación de bomberos determina que el establecimiento es de bajo riesgo se hace una capacitación de las normas en seguridad industrial y se entrega un formulario de “auto-revisión”.
- Si la clasificación es de moderado o alto riesgo, se le asigna una visita de campo al negocio para obtener el concepto respectivo

7.8.6 Registro Único Tributario RUT

- Costo: gratuito
- Trámite:

Diligenciar el formulario, que no se consigue en documento físico, solamente por internet, se requiere tener a disposición los documentos e información relativa a la identificación, constitución, representación, revisoría fiscal, establecimientos de comercio, matrícula mercantil, y demás documentos pertinentes dependiendo las características del obligado y las responsabilidades que tenga frente a la DIAN.

- Vigencia: La inscripción en el RUT tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación, salvo que se presenten situaciones que exijan su actualización.

7.8.7 Número de Identificación Tributaria NIT:

Una vez asignada la Matrícula Mercantil debe solicitar dentro de los dos días siguientes la expedición del Número Único Tributario (NIT), para incorporarlo en la Matrícula Mercantil, realiza los siguientes trámites para los comerciantes que se matriculen y a las entidades sin ánimo de lucro que se inscriban en la cámara.

7.8.8 Registro de Información Tributaria RIT:

La inscripción en el RIT se debe efectuar entre los dos meses siguientes a la fecha de iniciación de operaciones.

- Costo: En algunos trámites el certificado es gratis, pero no es el caso como el certificado de seguridad, el cual tiene un costo que varía de acuerdo a la visita de acuerdo al 1% del Rete ICA fijado para el negocio; de sayco y acinpro

7.9 Recursos humanos

7.9.1 Cargos, Perfiles y Responsabilidades

Tabla 10: Cargos, perfiles y responsabilidades.

CARGO	Q	PERFIL	RESPONSABILIDADES	TIPO DE CONTRATO	SUELDO
Gerente general	1	Es el gran ejecutivo, el ejecutivo que, estando por encima de toda la empresa, manda y está al frente de la gestión de la empresa. El gerente, con independencia de las otras personas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar. ✓ Proporcionar el capital. ✓ Establecer procedimientos. ✓ Proporcionar información. ✓ Motivar a las personas. ✓ Establecer normas, metas y objetivos. 	Indefinido	\$ 4.500.000

		que le ayuden en sus tareas o en quien tenga delegadas determinadas funciones, es el que dirige la empresa.		
Administ rador	1	Es un ejecutivo, capaz de planificar, dirigir, organizar, evaluar y que constantemente éste tomando decisiones dentro del quehacer diario de la empresa. Además, no solo deben ser capaces de asumir éstas responsabilidades, sino también	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proporcionar el personal. ✓ Dirigir el desarrollo de la organización. ✓ Dirigir la búsqueda del cumplimiento de las metas y objetivos. ✓ Establecer estrategias. ✓ Dirigir a otros. ✓ Seleccionar canales de comunicación. 	Prestación de servicios. \$ 2.000.000

<p>deben sentir y demostrar la convicción de que, independientemente de la naturaleza de la Organización = área que tengan a su cargo, cualquier labor o decisión que ejecuten tendrá que llevarla a cabo siempre aplicando todos los valores éticos-humanos que garanticen el éxito sin pretensiones de lograr lo máximo con el mínimo esfuerzo ni de aprovecharse especialmente de</p>	<p>✓ Hacer seguimiento a todas las actividades. ✓ Corregir cualquier desviación significativa.</p>		
--	--	--	--

		las personas más débiles.		
Contador 1	Debe ser un profesional con formación ética y responsabilidad social. Capaz de analizar problemas y formular soluciones, capaz de desempeñarse profesionalmente con liderazgo, trabajo en equipo, que pueda trabajar en distintas organizaciones, en las áreas contables, financiera, fiscal, tributaria, control, aseguramiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejar la cuestión fiscal. ✓ Llevar la contabilidad. ✓ Realizar auditorías. ✓ Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo. ✓ Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido ✓ 	Prestación de servicios.	\$ 750.000

	social y ambiental, sistemas de información, docencia e investigación. Deber ser analítico, creativo, estratégico, competente para diseñar, administrar y evaluar información financiera y no financiera.			
Personal multilingüe	6 Es una persona dedicada a los idiomas, sabe 2 o más lenguas. Le gusta lo que hace y trabaja con ánimos y con excelente calidad. Su	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Traducir documentos. ✓ Hablar en varios idiomas. ✓ Ayudar a los extranjeros en su comunicación. 	Practicantes (Sin contrato)	\$ 420.000

		<p>desempeño es alto, y le gusta ser productivo.</p> <p>Trabaja en equipo, es responsable, le gusta ayudar, y puede trabajar en cualquier tipo de organización.</p>		
Personal logística	6	<p>Es una persona dedicada a ayudar a los demás, le gusta ser colaborador, y trabajar en equipo.</p> <p>Ayuda principalmente a que todo tipo de eventos, en cualquier parte, estén bien organizados y asegurarse de que</p>	<p>✓ Estar pendientes de todo lo que los clientes requieran.</p> <p>✓ Organizar todos los implementos y materiales que los clientes necesiten.</p>	<p>Prestación de ley. \$ 3'534.984</p>

		todo lo que la gente requiera este a su disposición.		
Personal Audiovisuales	3	Es una persona que se dedica a las tecnologías. Le gusta todo lo que tiene que ver con tecnologías, ya sea creación, mantenimiento, y/o distribución de estas. Trabaja en equipo, es solidaria, y está atenta a lo que los demás requieran para que en cualquier circunstancia se tenga éxito.	<p>✓ Asegurarse de que todo el material tecnológico este en excelentes condiciones y trabajen adecuadamente en cada evento.</p> <p>✓ Revisar y hacer mantenimiento a todos los equipos por lo menos 1 vez por semana.</p>	<p>Prestación de ley.</p> <p>\$ 1'767.492</p>

Vigilancia	1	<p>Se dedica a mantener la seguridad de las personas. Es una persona que se encarga de que todo funcione bien en cuanto a seguridad, y vela porque cada persona o lugar estén en un ambiente seguro para trabajar. Le gusta trabajar en equipo, es responsable, y le gusta lo que hace.</p>	<p>✓ Velar por la seguridad del lugar, sus empleados y clientes.</p>	<p>Prestación de ley. \$ 589.164,00</p>
Aseo	2	<p>Es la persona encargada de que el lugar permanezca limpio y en orden.</p>	<p>✓ Organizar y limpiar todo el lugar, sin interferir con ninguno de los eventos.</p>	<p>Prestación de ley. \$ 1'178.328</p>

	Le gusta trabajar en equipo. Vela por la limpieza y el estado perfecto de los lugares, es responsable, y trabaja con ganas y ánimo.	✓ Servir a los clientes y a los altos cargos de la organización.		
			TOTAL	\$ 14'739.968

Fuente: La autora

Tabla 11: Cargos vinculados por medio de contrato de nomina

CARGOS VINCULADOS POR MEDIO DE CONTRATO DE NÓMINA (PLANTA)														
ITEM	Cargo	Básico	SUBTRANSP.	TOTAL DEVENG.	Cesantías	Intereses sobre cesantías	Prima de servicios	Vacaciones	Aportes parafiscales	Pensión	Salud	Riesgo profesional	Mensual	Anual
					8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	10,13%	9,0%	1%		
1	Gerente	4.500.000		4.500.000	374.850	45.000	374.850	187.650	405.000	455.850	405.000	45.000	6.793.200	81.518.400
2	Recepcionista	589.164	67.800	656.964	49.077	5.892	49.077	24.568	53.025	59.682	53.025	5.892	957.202	11.486.424
	Mensual	\$ 5.089.164	\$ 67.800	\$ 5.156.964	\$ 423.927	\$ 50.892	\$ 423.927	\$ 212.218	\$ 458.025	\$ 515.532	\$ 458.025	\$ 50.892	\$ 7.750.402	\$ 93.004.824
	Anual	\$ 61.069.968	\$ 813.600	\$ 61.883.568	\$ 5.087.128	\$ 610.700	\$ 5.087.128	\$ 2.546.618	\$ 5.496.297	\$ 6.186.388	\$ 5.496.297	\$ 610.700	\$ 93.004.824	

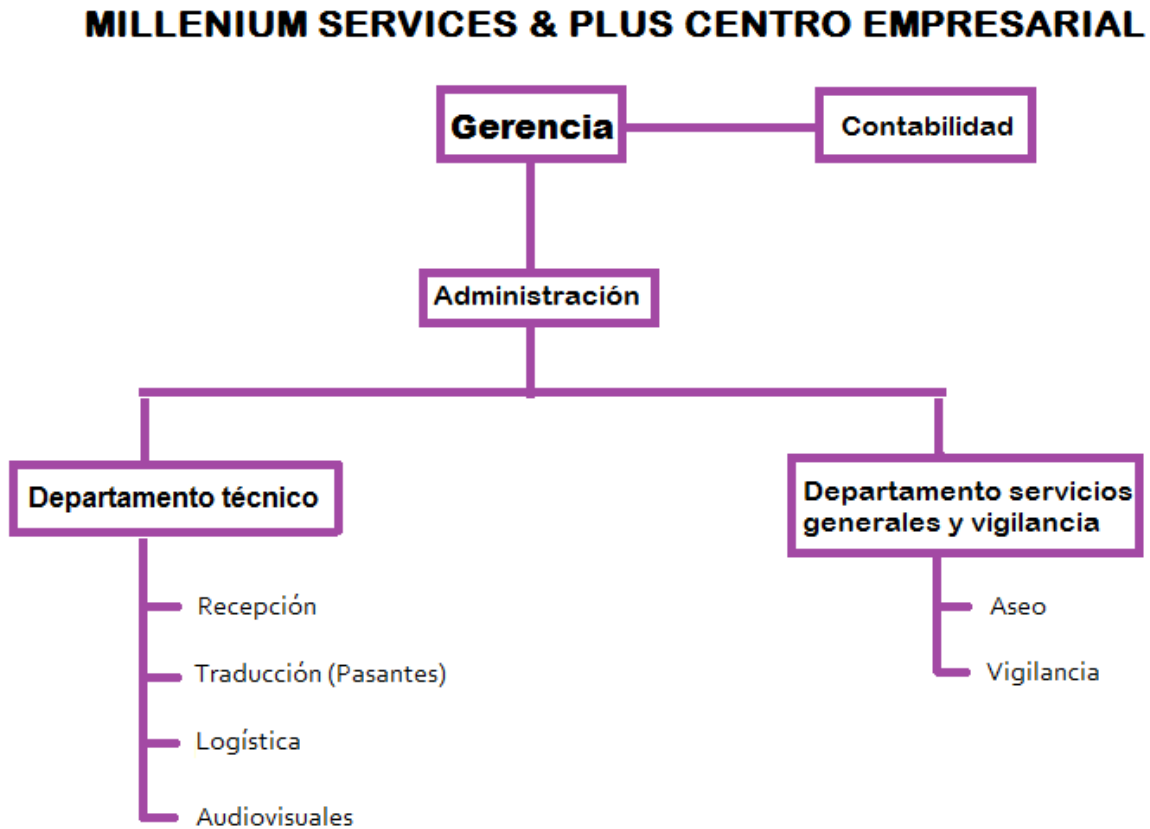
Fuente: La autora

7.9.2 Proceso de búsqueda, selección y contratación

El personal será contratado mediante una agencia de empleo para ahorrar tiempo y dinero en el proceso de selección.

7.10 Organigrama

Figura 10: Organigrama



Fuente: La autora

- En primer lugar del organigrama, se encuentra GERENCIA, debido a que es el puesto más importante en la organización y, ya que ésta estará en todo momento al tanto de todo lo que ocurre en cada una de las demás áreas de la organización.

- El CONTADOR, será la persona que siempre será la mano derecha de la gerencia, debido a que facilitará todo lo que se refiere a liquidez en la organización.

- DEPARTAMENTO TÉCNICO, es decir, TRADUCTORES (Personal multilingüe (pasantes)), RECEPCIONISTA quien es la encargada de recibir a los clientes y hacerlos sentir cómodos a la hora de llegar al establecimiento, de igual manera se encarga de las reservaciones y de atender cualquier tipo de duda, LOGISTICA Y AUDIOVISUALES, son los encargados de hacer que el centro empresarial funcione correctamente al 100%.

- DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES Y VIGILANCIA, son los encargados de hacer relucir el lugar por limpieza y seguridad.

7.11 DOFA de la empresa

Tabla 12: Análisis DOFA.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Como se trata de un negocio/empresa nueva y sin experiencia en el mercado, la dificultad sería posicionar la nueva marca de una manera rápida, para poder tener éxito a mediano plazo. - Empresa nueva, que inicialmente no tiene reconocimiento. - Desconocimiento de la materia prima real que se utilizará por evento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente tendencia a realizar negociaciones. - Creciente tendencia a realizar eventos grandes. - Creciente tendencia por comer fuera de la empresa u hotel. - Globalización. - Crecimiento constante del sector de negocios internacionales en Bogotá. - Mayor número de empresas en Bogotá tanto nacionales como extranjeras.

	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de la imagen de la ciudad. - Tratados de libre comercio.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Innovación/creatividad. - La alta calidad de los servicios ofrecidos. - La caracterización internacional del lugar (Negocios). - Precios más bajos que la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plagio de la idea de negocio. - Entrada de nuevos competidores al mercado. - Vulnerabilidad ante nuevas estrategias y alta inversión de cualquier competidor.

Fuente: La autora

7.11.1 Estrategias cruzadas de DOFA

Tabla 13: Estrategias cruzadas de DOFA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<u>Estrategias F.O:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Obtener en todo momento las mayores ganancias ya que el precio por ventas es más bajo que la competencia. - Aprovechar la creciente tendencia a desarrollar aspectos empresariales fuera de la organización e ir 	<u>Estrategias D.O:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Dirigir una estrategia de mercadeo, aprovechar que altamente el hecho de que no hay competidores directos. - Establecer un sistema de pronóstico que permita determinar las cantidades de los pedidos.

	<p>mejorando la calidad servicios ofrecidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer el lugar como un sitio que se basa en la globalización, que caracteriza internacionalmente eventos para de esa manera atraer tanto a clientes colombianos como extranjeros. 	
AMENAZAS	<p><u>Estrategias F.A:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hacerse conocer como un lugar que ofrece excelente calidad y obtener fidelidad y atraer más clientes. - Dar calidad e innovación a un precio no muy alto. 	<p><u>Estrategias D.A:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Registrar y patentar la idea de negocio. - Crear estrategias de publicidad para tener un rápido reconocimiento. - Mantener siempre una excelente imagen.

Fuente: La autora.

8. ANALISIS FINANCIERO

8.1. Inversión Inicial

Tabla 14: Inversión inicial

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO MENOR	PRECIO MAYOR	PRECIO PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO TOTAL	DESCRIPCION
Pc's escritorio	2	\$ 800.000	\$ 749.000	\$ 774.500	\$ 1.549.000	Equipos
Pc's Laptop 14"	5	\$ 1.499.000	\$ 1.349.000	\$ 1.424.000	\$ 7.120.000	Equipos
Proyector	3	\$ 2.000.000	\$ 1.700.000	\$ 1.850.000	\$ 5.550.000	Equipos
Telón proyección pared	3	\$ 500.000	\$ 170.000	\$ 335.000	\$ 1.005.000	Equipos
Tablero + tripode	2	\$ 145.000	\$ 135.000	\$ 140.000	\$ 280.000	Equipos
Fotocopiadora	2	\$ 900.000	\$ 700.000	\$ 800.000	\$ 1.600.000	Equipos
Impresora HP	2	\$ 219.000	\$ 190.000	\$ 204.500	\$ 409.000	Equipos
TV LED 55"	2	\$ 5.000.000	\$ 4.990.000	\$ 4.995.000	\$ 9.990.000	Equipos
Microfono	6	\$ 300.000	\$ 280.000	\$ 290.000	\$ 1.740.000	Equipos
Cámara video	3	\$ 850.000	\$ 800.000	\$ 825.000	\$ 2.475.000	Equipos
Amplificador	6	\$ 1.600.000	\$ 1.550.000	\$ 1.575.000	\$ 9.450.000	Equipos
Telefono inalámbrico	5	\$ 120.000	\$ 115.000	\$ 117.500	\$ 587.500	Equipos
Dispensador de agua	3	\$ 180.000	\$ 175.000	\$ 177.500	\$ 532.500	Equipos
Greca	3	\$ 4.500.000	\$ 4.400.000	\$ 4.450.000	\$ 13.350.000	Equipos
Letrero principal	1	\$ 1.200.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	Infraestructura
Decoración	1	\$	\$	\$	\$	Infraestructura

ón		6.000.000	5.000.000	5.500.000	5.500.000	ctura
Barra recepción	1	\$ 1.500.000	\$ 1.450.000	\$ 1.475.000	\$ 1.475.000	Infraestructura
Lámpara terraza	4	\$ 400.000	\$ 390.000	\$ 395.000	\$ 1.580.000	Infraestructura
Adecuación	1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	Infraestructura
Escritorio	1	\$ 250.000	\$ 200.000	\$ 225.000	\$ 225.000	Muebles
Silla principal escritorio	1	\$ 170.000	\$ 160.000	\$ 165.000	\$ 165.000	Muebles
Sillas escritorios	3	\$ 155.000	\$ 149.700	\$ 152.350	\$ 457.050	Muebles
Mesa de juntas (8 puestos)	1	\$ 900.000	\$ 850.000	\$ 875.000	\$ 875.000	Muebles
Sillas	320	\$ 50.000	\$ 47.900	\$ 48.950	\$ 15.664.000	Muebles
Mesa sombrilla (4 puestos)	4	\$ 1.000.000	\$ 980.000	\$ 990.000	\$ 3.960.000	Muebles
Sofás recepción (Lobby)	1	\$ 900.000	\$ 890.000	\$ 895.000	\$ 895.000	Muebles
Sillas recepción (Lobby)	2	\$ 120.000	\$ 116.000	\$ 118.000	\$ 236.000	Muebles
Uniforme	17	\$ 70.000	\$ 50.000	\$ 60.000	\$ 1.020.000	Varios
Papelería	1	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	Varios
Filtros	50 PAQ por 40	\$ 2.582	\$ 2.582	\$ 2.582	\$ 129.100	Insumos
Café	30 PAQ por 500 grs	\$ 7.381	\$ 7.381	\$ 7.381	\$ 221.430	Insumos
Instacrem sobres	10 PAQ por 100	\$ 10.005	\$ 10.005	\$ 10.005	\$ 100.050	Insumos
Sobres aromática	40 PAQ por 25	\$ 971	\$ 971	\$ 971	\$ 38.840	Insumos
Azucar (Sobres)	80 PAQ por 25	\$ 3.960	\$ 3.960	\$ 3.960	\$ 316.800	Insumos

Mezclados	1 PAQ por 1000	\$ 861	\$ 861	\$ 861	\$ 861	Insumos
Vasos desechables icopor	40 PAQ por 25	\$ 1.617	\$ 1.617	\$ 1.617	\$ 64.800	Insumos
Garrafón Agua	50	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 6.500	\$ 325.000	Insumos
Servilletas	5 PAQ por 100	\$ 23.000	\$ 23.000	\$ 23.000	\$ 115.000	Insumos
Papel higienico	3 PAQ por 65	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 135.000	Insumos
Jabón líquido 2L	100	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 1.600.000	Insumos
Papel de cocina	2 PAQ por 700	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	Insumos
Toallas de papel	3 PAQ por 180	\$ 66.500	\$ 66.500	\$ 66.500	\$ 199.500	Insumos
Efectivo de reserva	1	\$ 3.000.000	\$ 3.500.000	\$ 3.250.000	\$ 58.000.000	
Documentos formalización		\$ 100.000	\$ 80.000	\$ 90.000	\$ 90.000	Formalización
Publicidad	1	\$ 1.800.000	\$ 1.700.000	\$ 1.750.000	\$ 3.393.569	
					\$ TOTAL	\$ 205.000.000

Fuente: La autora.

8.1.1. Constitución del Capital

A las Sociedades por acciones simplificadas, en Colombia la ley 1258 de 2008 les otorga beneficios tributarios, si cumplen con requisitos de generación de empleo, puntos afines con el objeto de la compañía.

8.1.2 Forma de financiamiento del Capital Inicial

Con base en el tamaño de la empresa (PYME) y con la proyección a corto y mediano plazo (de 1 a 3 años), la inversión inicial calculada es de \$ 205.000.000, valor aportado por una persona rentista de capital, por la dueña de la compañía y por un ente financiador, los cuales aportarán \$ 80.000.000, \$ 80.000.000 y \$ 45.000.000 respectivamente. El objetivo es comprar los insumos y activos necesarios para el desarrollo normal de la empresa.

8.2 Proyección de ventas

Las ventas están calculadas con la utilización del 100 % del área construida del local, mejoras locativas – terraza – zona de fumadores – la utilización de los muebles y equipos durante 25 días hábiles del mes, los otros 5 días se tomarán como tiempo para realizar mantenimiento a las instalaciones – aseo.

- a. Utilización de los 3 salones
- b. Tres eventos por salón
- c. Evento promedio de tres horas

Tabla 15: Proyección de ventas

PRODUCTO 1:	SALON 1				
IVA:	16%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	5%	5%	8%	9%
PERIODOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ajuste de precios por		4,53%	3,84%	3,68%	3,53%

medio de la Inflación					
Cantidades a vender en el semestre 1	130	135,9	142,6	154,1	167,5
Cantidades a vender en el semestre 2	145	152	159	172	187
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	275	287	302	326	354
Precio de venta	\$ 5.800.000	\$ 6.062.740	\$ 6.295.549	\$ 6.527.225	\$ 6.757.636

PRODUCTO 2: SALON 2					
IVA:	16%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	5%	5%	8%	9%
PERIODOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ajuste de precios por medio de la Inflación		4,53%	3,84%	3,68%	3,53%
Cantidades a vender en el semestre 1	90	94,1	98,8	106,7	115,9
Cantidades a vender en el semestre 2	100	105	110	119	129
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	190	199	208	225	245
Precio de venta	\$ 4.700.000	\$ 4.912.910	\$ 5.101.566	\$ 5.289.304	\$ 5.476.016

PRODUCTO 3: SALON 3					
IVA:	16%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	5%	5%	8%	9%
PERIODOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ajuste de precios por medio de la Inflación		4,53%	3,84%	3,68%	3,53%
Cantidades a vender en el semestre 1	90	94,1	98,8	106,7	115,9
Cantidades a vender en el semestre 2	100	105	110	119	129
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	190	199	208	225	245
Precio de venta	\$ 4.700.000	\$ 4.912.910	\$ 5.101.566	\$ 5.289.304	\$ 5.476.016

Fuente: La autora.

8.3 Costos

Son estado de costos aquellos que se preparan para conocer en detalle las erogaciones y cargos realizados para prestar los servicios de los cuales la sociedad ha derivado sus ingresos.

Costos fijos – son una función del tiempo, no de las ventas, y normalmente se establecen por un contrato - arrendamiento \$ 56.000.000 ej.

Costos variables – varían en relación directa con las ventas, y son una función del volumen mas que del tiempo – producción – la compra de insumos para los servicios ej.

Costos semi variables – Comparten características de fijos y variables, el salario del gerente y administrador que es fijo pero una comisión por ventas que es variable.

8.3.1 Mano de obra

Hacer referencia al cuadro de cargos, tipo de contrato, y remuneración.

8.3.2. Materia prima y componentes

Hacer referencia al cuadro de insumos

8.4. Balance General

Tabla 16: Balance general

BALANCE GENERAL	PERIODO	
	2012	2013
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo	\$ 2.852.875	\$ 422.519.252
Invent. Materia Prima	\$ 577.814.447	\$ -
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 580.667.322	\$ 422.519.252
Gastos Anticipados	\$ -	\$ -
Amortización Acumulada		\$ -
Total Activo Corriente (NO REALIZABLE):	\$ -	\$ -
ACTIVO FIJO		
Terrenos	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Depreciación Acumulada Planta		\$ -2.500.000
Construcciones y Edificios Neto	\$ 50.000.000	\$ 47.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 70.337.500	\$ 70.337.500
Depreciación Acumulada		\$ -7.033.750
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	\$ 70.337.500	\$ 63.303.750
Muebles y Enseres	\$ 3.197.050	\$ 3.197.050
Depreciación Acumulada		\$ -639.410
Muebles y Enseres Neto	\$ 3.197.050	\$ 2.557.640
Equipo de Transporte	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada		\$ -
Equipo de Transporte Neto	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 30.033.500	\$ 30.033.500
Depreciación Acumulada		\$ -10.011.167
Equipo de Oficina Neto	\$ 30.033.500	\$ 20.022.333
Semovientes pie de cria	\$ -	\$ -
Agotamiento Acumulada		\$ -
Semovientes pie de cria	\$ -	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -
Agotamiento Acumulada		\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -
Total Activos Fijos:	\$ 153.568.050	\$ 133.383.723
ACTIVOS DIFERIDOS		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ -	\$ -

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ -	\$ -
ACTIVO	\$ 734.235.372	\$ 555.902.975

PASIVO		
Cuentas X Pagar Proveedores	\$ -	\$ -
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -
Obligaciones Financieras	\$ 574.235.372	\$ 459.388.298
PASIVO	\$ 574.235.372	\$ 459.388.298
PATRIMONIO		
Capital Social	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000
Reserva Legal Acumulada	\$ -	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -
Utilidades del Ejercicio	\$ -	\$ -63.485.323
Revalorización patrimonio	\$ -	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 160.000.000	\$ 96.514.677
TOTAL PAS + PAT	\$ 734.235.372	\$ 555.902.975

Fuente: La autora

8.5. Flujo De Caja

Tabla 17: Flujo de caja

Flujo de Caja de Inversión	
Periodo	2012
Variación Inv. Materias Primas e insumos	577.814.447
Variación en Cuentas por Cobrar	0
Variación en Cuentas por pagar a Proveedores	0
Variación del capital de Trabajo	577.814.447
Inversión en Terrenos	0
Inversión en Construcciones	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0
Inversión en Muebles	0
Inversión en Equipo de Transporte	0
Inversión en Equipos de Oficina	0

Inversión en Semovientes	0
Inversión Cultivos Permanentes	0
Inversión en Activos diferidos.	0
Inversión Activos	0
Neto flujo de Caja de Inversión	577.814.447
Flujo de Caja Financiamiento	
Periodo	2012
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-114.847.074
Intereses Pagados	-112.330.873
Dividendos Pagados	0
Capital adicional aportado por los socios	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	-227.177.948
Neto Periodo	534.513.451
Saldo anterior	2.852.875
Saldo Neto del período	\$ 537.366.326

Fuente: La autora

PERIODO	AÑO 0	2012	2013	2014	2015	2016
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 537.366.326	\$ 443.344.676	\$ 424.958.121	\$ 537.303.345	\$ 604.575.973

Fuente: La autora

8.6. Estado De Resultados

Tabla 18: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	2012	2013	2014
Ventas	3.381.000.000	3.693.196.469	4.026.766.015
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	2.345.492.288	2.576.431.041	2.813.470.801
Depreciación	20.184.327	20.184.327	20.184.327
Agotamiento	0	0	0
Otros Costos	0	0	0
Utilidad Bruta	1.015.323.385	1.096.581.100	1.193.110.887
Gasto de Ventas	0	0	0
Gastos de Administracion	831.344.760	869.004.677	902.374.457
Gastos de Proucción	0	0	0

Industria y comercio	20.286.000	22.159.179	24.160.596
Provisiones	0	0	0
Amortización Gastos			
Utilidad Operativa	163.692.625	205.417.244	266.575.834
Otros ingresos			
Intereses	-112.330.873	-89.864.699	-67.398.524
Servicio de la deuda	-114.847.074	-114.847.074	-114.847.074
Otros ingresos y egresos	-227.177.948	-204.711.773	-182.245.598
Revalorización de Patrimonio	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-63.485.323	705.471	84.330.235
Impuesto de renta	0	246.915	29.515.582
Reserva legal	0	24.691	2.951.558
Reserva voluntaria	0	176.368	21.082.559
Utilidad Neta Final	\$ -63.485.323	\$ 257.497	\$ 30.780.536

Fuente: La autora

8.7 Indicadores Financieros

Tabla 19: VPN y TIR

VALOR PRESENTE NETO =	\$ 534.929.869
TASA INTERNA DE RETORNO =	61,85%

Fuente: La autora

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es de 61,85%, la VAN (Valor Actual Neto) es de 534.929.869 pesos en una proyección a 5 años.

8.8 Conclusiones financieras

- Proyecto rentable que la emprendedora decide llevar a cabo.

- El valor presente neto representa el dinero al día de hoy, el cual sería entregado por el ejercicio a 5 años. Teniendo una inversión inicial por dos socios de \$80.000.000 cada uno es a criterio propio evaluar que tanto le sirve este valor para sus intereses siendo que le correspondería la mitad, pues este sería el monto total que dejaría el ejercicio de la empresa.
- La tasa interna de retorno evaluada para este ejercicio es uno de los indicadores más contundentes para verificar la viabilidad del negocio, pues en este se muestra que la devolución del dinero como tal está en un retorno del 61,85%, lo cual es una cifra muy buena, puesto que está por encima del 28% que una de las tasas mínimas en promedio que se espera para la creación de una empresa. Posiblemente esta pequeña elevación se puede ver un poco alta porque el aporte de los socios es inferior al capital que se va a financiar para poder apalancar el negocio. Sin embargo la TIR es aceptable y está tomada de los saldos finales del flujo de caja.

9. Responsabilidad Social Empresarial

Millenium Services & Plus contratará estudiantes de idiomas (Colegios – Universidades) para que hagan sus prácticas profesionales en el centro empresarial, ya que tendrán la oportunidad además de ser capacitados para desenvolverse en situaciones empresariales y salir muy bien preparados para el mundo de los negocios.

10. CONCLUSIONES

- El estudio del presente proyecto de grado fue basado en un largo proceso de educación, lo cual me asegura que se realizó de una manera adecuada de acuerdo a las perspectivas, herramientas y métodos brindados por la UNIVERSIDAD EAN.
- Esta idea de negocio surgió de las necesidades que poseen algunas empresas al momento de realizar u ofrecer diferentes eventos para sus negociaciones.
- Crear una empresa en Colombia no es tan difícil ya que solo se requieren las ganas, el querer salir adelante, y tener buenos contactos de colaboradores e inversionistas a quienes ofrecerles de una forma llamativa el proyecto y poder llevar a cabo la idea de negocio.
- Teniendo buenas fuentes de información es posible crear un buen proyecto y ser competitivo en el mercado.
- Millenium Services & Plus está enfocado a la satisfacción del cliente, ofreciendo servicios que la competencia no ofrece u ofrece de una manera diferente.
- Actualmente se vive en un mundo globalizado que se enfoca en su mayoría en la realización de negocios, y esto facilita la existencia de MS&P, el cual se dedica a la facilitación de procesos de negociación.

11. REFERENCIAS

- Booking.com (2012). *Buscar hoteles en Bogotá*. Recuperado el 10 de Marzo de 2012, de Booking.com: http://www.booking.com/city/co/bogota.es.html?aid=306396;label=bogota-jmceu1lUC70*r38h*KBfajgS9250336525;ws=&gclid=CJihnJ6fprACFQiynQodSUuaWQ
- Cámara de Comercio, Bogotá. (14 de Abril de 2004). *El comportamiento empresarial de Bogotá*. Recuperado el 20 de Marzo de 2012, de Observatorio económico de Bogotá, 2000 - 2003:
http://camara.ccb.org.co/documentos/601_2004_5_5_9_3_19_observ_economico_n%C2%B014.pdf
- Cámara de Comercio, Bogotá. (2012). *Información general*. Sede Norte, Sede Av. El Dorado. Bogotá, Colombia.
- Cámara de Comercio, Consultor. (19 de Mayo de 2012). *Procedimientos para la creación de empresa*. (M. E. Ardila, Entrevistador) Bogotá, Colombia.
- CARDENAS M., Pablo. E. (7 de Julio de 2011). *El contexto socioeconómico del cooperativismo*. Recuperado el 21 de Marzo de 2012, de Codema.coop:
<http://www.codema.coop/wordpress/?p=43>
- Cateing.com.co (2007) *Informe de restaurantes*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012, de *Catering.com.co*: http://www.catering.com.co/ediciones_catering/EDICION18/manteles.pdf
- ContactoPyme. (Abril de 2000). *Programa de capacitación y modernización del comercio detallista*. Recuperado el 1 de Mayo de 2012, de Análisis de la competencia:
<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/compe.asp>

- Infolatam. (18 de Marzo de 2012). *Colombia crecería un 5-6 por ciento en 2012, según gobierno*. Recuperado el 10 de Abril de 2012, de Infolatam: <http://www.infolatam.com/2012/03/18/colombia-creceria-5-6-por-ciento-en-2012-segun-gobierno/>
- Ministerio de Educación, Nacional (Octubre de 2005). *Colombia Bilingüe*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012, de Al Tablero: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97495.html>
- Portafolio. (7 de Marzo de 2012). *El BPO, un sector que se moderniza continuamente*. Recuperado el 24 de Junio de 2012, de Portafolio.co: <http://www.portafolio.co/negocios/el-bpo-un-sector-que-se-moderniza-continuamente>
- WebUsable. (2011). *Web Taller*. Recuperado el 20 de Abril de 2012, de Significado de los colores web: http://www.webtaller.com/maletin/articulos/significado_de_los_colores.php

11. ANEXOS

ANEXO 1: Modelo de encuesta aplicada en el estudio de mercado

Encuesta de percepción de servicios al empresario

Buenos días, muchas gracias por tomarse el tiempo de realizar esta encuesta. Como estudiante de octavo semestre de Lenguas Modernas en la Universidad EAN, me encuentro realizando un plan de negocios para la creación de un Centro Empresarial, con el objetivo de ofrecer más y mejores servicios a los emprendedores bogotanos. Agradezco de antemano el tiempo que usted dedique a responder la presente encuesta.

Número de empleados de su empresa

Entre 11 y 50 ____ Entre 51 y 200 ____ Más de 200 ____

1. ¿Le gustaría tener a disposición un lugar diferente a su empresa que se adecue para realizar negociaciones, eventos o conferencias, el cual ofrezca todo el apoyo logístico que garantice el éxito de sus reuniones/eventos?
 - a. Si
 - b. No
 - Si su respuesta fue positiva siga a la pregunta 4.
 - Si su respuesta fue negativa siga a la pregunta 2.

2. En general diría usted que su empresa tiene todo lo que usted necesita a la hora de realizar cualquier actividad como negociaciones, eventos y conferencias

- a. Si
- b. No

3. ¿Qué sería necesario para que usted eligiera un centro empresarial, para realizar cualquier actividad de las antes mencionadas?

Muchas gracias por responder esta encuesta.

4. ¿Qué clase de servicios le gustaría que ofreciera un centro empresarial?

- a. Restaurante
- b. Terraza
- c. Zona de fumadores
- d. Cancha de Tenis indoor
- e. Sauna
- f. Otro. ¿Cuál? _____.

5. Cuando usted necesita de los servicios de un centro empresarial, ¿Dónde busca la información?

- a. Publicidad vía Internet
- b. Vallas publicitarias
- c. Desplegables

- d. Asesor comercial
- e. Otro. ¿Cuál? _____.

6. Siendo 1 el más importante y 10 el menos importante, evalúe los siguientes aspectos que usted tiene en cuenta a la hora de buscar un lugar externo a su empresa para sus eventos o reuniones.

- a. Ubicación ____
- b. Precio ____
- c. Facilidades ____
- d. Parqueadero ____
- e. Ayudas tecnológicas ____
- f. Recurso humano ____
- g. Espacio físico disponible ____
- h. Apoyo publicitario ____
- i. Reconocimiento del lugar ____
- j. Otro. ¿Cuál? _____.

7. Si el centro empresarial ofreciera servicio de restaurante, ¿Qué tipo de comida le gustaría que ofreciera? Ordene de 1 a 3 como más le gusta el tipo de comida, siendo 1 el que más le gusta y 3 el que menos.

- a. Comida rápida. ____
- b. Comida tradicional nacional. ____
- c. Comida tradicional internacional. ____

Si su primera opción fue la A vaya a la pregunta 8

Si su primera opción fue la B vaya la pregunta 9

Si su primera opción fue la C vaya a la pregunta 10

8. De los siguientes, cuál es su comida rápida favorita:

- a. Hamburguesas
- b. Pizza
- c. Hamburguesas gourmet
- d. Mejicana rápida
- e. Otro. ¿Cuál? _____

Por favor vaya a la pregunta 11

9. De los siguientes, cual es su comida tradicional nacional favorita:

- a. Comida del eje cafetero
- b. Comida de la costa
- c. Comida del centro del país
- d. Comida valluna
- e. Parrilla típica
- f. Otra. ¿Cuál? _____

Por favor vaya a la pregunta 11

10. De las siguientes, cual es su comida tradicional internacional favorita:

- a. Comida china

- b. Comida cubana
- c. Comida mejicana
- d. Comida americana
- e. Comida francesa
- f. Comida peruana
- g. Otro. ¿Cuál? _____

Por favor vaya a la pregunta 11

11. Para cual(es) de los siguientes eventos busca usted normalmente lugares fuera de su empresa

- a. Eventos internacionales
- b. Convenciones
- c. Conferencias
- d. Reuniones con clientes/personas externas
- e. Reuniones internas de la compañía
- f. Otro. ¿Cuál? _____.

12. ¿En qué parte de Bogotá le gustaría encontrar este centro empresarial?

- a. Santa Bárbara
- b. Chico
- c. Chapinero
- d. Centro
- e. Ciudad Salitre

- f. El Nogal
- g. Otro. ¿Cuál? _____.

13. ¿Cuán a menudo requiere su empresa de apoyo logístico por fuera de la misma para reuniones o eventos empresariales?

- a. Menos de 1 vez al mes.
- b. Entre 1 a 2 veces al mes.
- c. Entre 3 a 4 veces al mes.
- d. Más de 4 veces al mes.

14. ¿Qué jornada es la más adecuada para su empresa al momento de realizar eventos fuera de la misma?

- a. En la mañana
- b. En la tarde
- c. En la noche

15. ¿Qué época del año es aquella en la cual la empresa más realiza eventos o reuniones?

- a. Entre Enero y Mayo.
- b. Entre Junio y Agosto.
- c. Entre Septiembre y Noviembre
- d. Diciembre.

16. ¿Le parece conveniente que un centro empresarial le ofreciera a su empresa el servicio de un call center de atención al cliente?

- a. Si
- b. No
- c. Le es indiferente

¿Por qué? _____

17. ¿Recuerda usted algún centro de negocios en especial? ¿Cuál?

_____.

18. ¿En promedio, que número de personas asisten a un evento que usted organiza por fuera de su empresa?

- a. Entre 1 a 10 personas.
- b. Entre 11 a 40 personas.
- c. Entre 41 y 100 personas.
- d. Entre 101 y 200 personas.
- e. Más de 200 personas.

Muchas gracias.

ANEXO 2: Definición Sociedad por Acciones Simplificadas SAS.

La Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, obedece a la tendencia de flexibilización del derecho societario e introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

Este nuevo tipo brinda a los empresarios del país las ventajas de las sociedades anónimas y al mismo tiempo les permite diseñar los mecanismos de gobernabilidad de sus empresas a la medida de sus necesidades. En términos generales este nuevo tipo societario ofrece flexibilidad en temas tales como: constitución, organización y funcionamiento, convocatorias, reformas estatutarias y reorganización de la sociedad, juntas directivas y acuerdos de accionistas, entre otros.

Características principales

1. Podrán constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
2. 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.
3. La naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
4. Imposibilidad de negociar valores en el mercado público

5. Se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio
6. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado
7. La Sociedad por Acciones Simplificada no estará obligada a tener Junta Directiva, salvo previsión estatutaria en contrario.
8. En caso de pactarse en los estatutos la creación de una Junta Directiva, esta podrá integrarse con uno o varios miembros respecto de los cuales podrán establecerse suplencias.
9. No será obligatoria la Revisoría Fiscal. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, la persona que lo ocupe deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente.