

Estudio Planeación Estratégica, Estudio De Mercados y Estrategias De Marketing Casa De  
Eventos FG

Leidy Lorena Fernández González

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera Administración Turística y Hotelera

Bogotá

2017

## DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mis padres, Víctor Julio Fernández, Carmeliza González, hermanos Cesar Fernández y Willian Fernández quienes me han apoyado y han estado conmigo para ayudarme siempre en cualquier situación, y son mi motor para seguir adelante y cumplir todos mis sueños y metas.

Agradecer a una persona que me ha influenciado de manera positiva, y me ha dado consejos que me ayudan a resolver las situaciones que se me presentan y siempre está conmigo

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	4
Justificación.....	5
Objetivo.....	6
<b>Capítulo 1</b> Planeación estratégica	
1.1 Descripción idea del negocio.....	7
1.2 Objetivo general.....	8
1.3 Objetivo específico.....	8
1.4 Misión (identidad estratégica) .....	9
1.5 Visión (futuro preferido) .....	9
1.6 Valores de nuestra empresa.....	9
1.7 Fuerzas de Porter DOFA.....	10
1.8 Análisis de pestel.....	10
1.9 Cadena de valor.....	11
1.10 Estrategia competitiva.....	12
<b>Capítulo 2</b> Estudio de mercados	
2.1 Objetivo del estudio de mercado.....	12
2.2 Población: cliente consumidor.....	12
2.3 Producto.....	13
2.4 Tipo de mercado.....	13
2.5 Tipo de estudio.....	13
2.6 Instrumento cuantitativo.....	13
2.7 Segmentación.....	13
2.8 Encuesta.....	14
2.9 Graficas y conclusiones de hallazgos.....	17
<b>Capítulo 3</b> Estrategias de marketing	
3.1 Estrategia de producto.....	36

3.2 Estrategia de precio.....	36
3.3 Estrategia de publicidad.....	36
3.4 Marca logotipo y eslogan.....	37
3.5 Estrategia de promoción.....	37
3.6 Estrategia de distribución.....	38
3.7 Canales de distribución.....	38
3.8 Ventaja competitiva y comparativa.....	38
3.9 Proyección de ventas.....	39
3.10 Política de cartera.....	40
3.11 Habilidades administrativas y comerciales.....	40
3.12 Logística.....	41
3.12.1 Proceso de aprovisionamiento.....	41
3.12.2 Proceso de producción.....	41
3.12.3 Proceso de distribución.....	42
<b>Capítulo 4</b>	
4.1 Conclusiones.....	43
4.2 Anexos.....	44
4.3 Bibliografía.....	47

## INTRODUCCIÓN

En el presente documento abordare el estudio realizado para llevar a cabo una idea de negocio, la cual es una empresa dedicada a la organización de eventos para pequeñas y medianas empresas, también para personas naturales.

El análisis comprende una planeación estratégica, un estudio de mercados y un plan de marketing

En la actualidad las empresas realizan con más frecuencia algún tipo de evento, al igual que las personas, por ello es fundamental tener presente todos los detalles como: el servicio, el lugar, la decoración, la ambientación estos factores hacen posible que un evento sea exitoso. Así superar las expectativas de los clientes y generarles un impacto positivo

## JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfoca en los aspectos que se debe tener en cuenta a la hora de llevar a cabo una idea de negocio, y la importancia de tener estrategias para tener éxito en el negocio que se quiere realizar.

Esta investigación permitirá mostrar como se debe desarrollar un estudio para saber si la idea de negocio es viable y tendrá éxito a futuro

Esta empresa se creará con el fin de proporcionar soluciones en la organización de eventos empresariales y no empresariales, además de ofrecer un excelente servicio, contar con los mejores proveedores para asegurar la calidad, logística del evento y así solucionar las necesidades de los clientes

Actualmente se ha sufrido una situación de desempleo, por lo que la creación de este tipo de empresas generará empleo, y será una alternativa de trabajo para muchas personas.

## OBJETIVO GENERAL

Por medio de este estudio se determinará si esta idea de negocio expuesta en esta investigación es viable en el mercado, si se tendrá una fuerte demanda y si será rentable esta empresa.

## CAPITULO 1

### PLANEACIÓN ESTRATEGICA

#### DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA DE NEGOCIO

Con esta idea se pretende crear una empresa especializada en el diseño y organización de eventos, esta idea la quise tomar ya que este tipo de empresas están en un sector muy activo, cuenta con bastante demanda y en cualquier día o mes del año se presentará realizar algún tipo de evento. Ofreceremos a nuestros clientes un servicio excelente en innovación, creatividad y calidad del diseño y organización de eventos, dentro o fuera de Bogotá. Brindaremos nuestros servicios a las pequeñas y medianas empresas que no tienen alguien en específico encargado de realizar los eventos en la compañía, como personas naturales que no cuentan con el tiempo suficiente para organizar su evento, una solución al momento de diseñar un evento y su organización, encargándonos de los detalles en la coordinación y control del evento. Esta idea nace en la ciudad de Bogotá en donde se pretende cubrir la demanda de servicio que se da en la organización de eventos.

#### OBJETIVOS

##### **OBJETIVO GENERAL:**

- Determinar la viabilidad económica que tendrá una empresa dedicada a la organización de eventos y así saber si se podrá mantener la empresa, y si los ingresos que ingresaran son adecuados
- Garantizarles a nuestros clientes un excelente servicio, y definir cuáles son las necesidades que desea el cliente

##### **OBJETIVO ESPECIFICO:**

- Conseguir la rentabilidad de la empresa a largo plazo
- Desarrollar un buen servicio, adecuado para nuestros clientes
- Posicionar a la empresa organizadora de eventos como una de las preferidas en el mercado
- Promocionar de forma adecuada la empresa



## IDENTIDAD ESTRATEGICA

### MISION

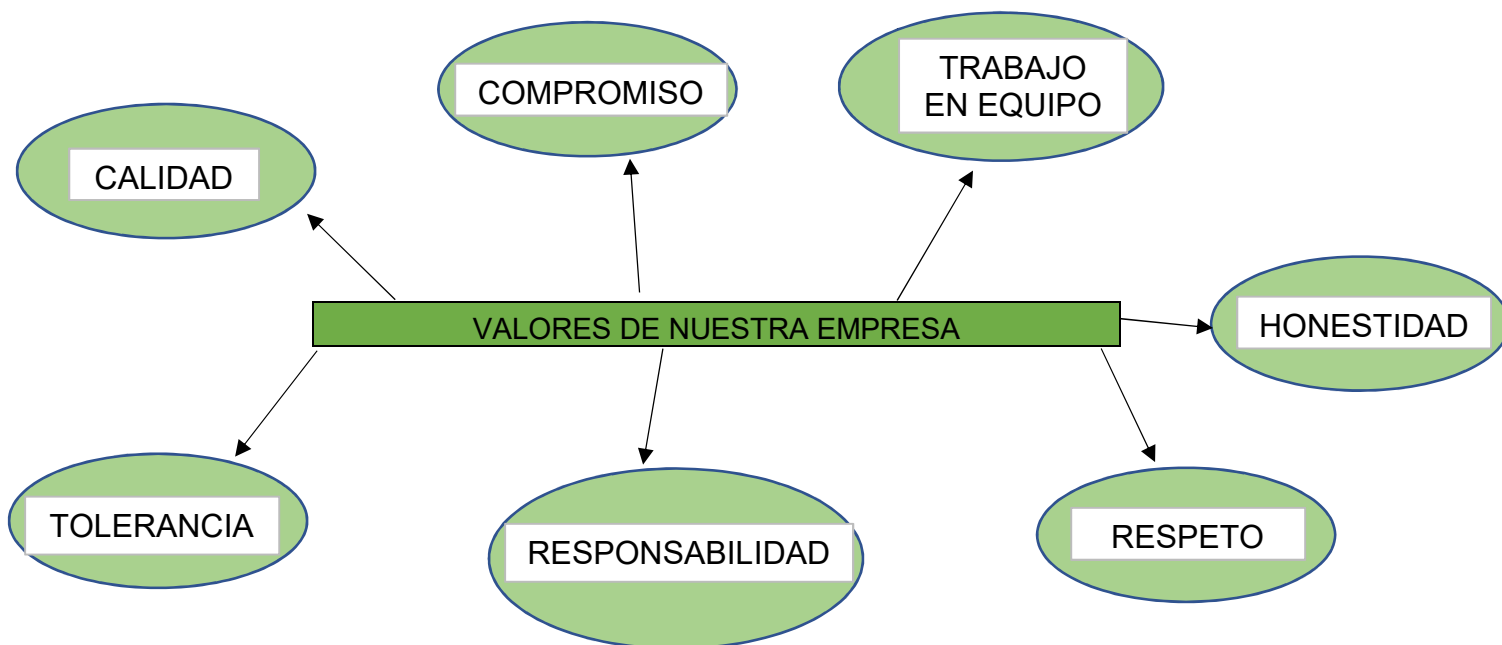
Establecernos como una empresa organizadora de eventos reconocida por nuestro buen trabajo en el servicio, la eficiencia, calidad y rapidez en nuestras actividades. De esta manera obtendremos la satisfacción del cliente, y posteriormente ser elegidos siempre por ellos.

No solo pensamos en nuestros clientes si no también en nuestros empleados, les ofreceremos un ambiente de trabajo agradable y la oportunidad de adquirir aprendizaje y crecimiento personal.

### FUTURO PREFERIDO

Ser una empresa organizadora de eventos líder, escogida en el mercado y con alta demanda a su vez reconocida por su competitividad

### VALORES



FUERZAS DE PORTER

DOFA

**OPORTUNIDADES**

- \* Expandir el negocio
- \* Innovar con nuevas ideas en el mercado
- \* conseguir rentabilidad competitiva
- \* Conocimiento del sector lo que permite crear otros negocios

**DEBILIDADES**

- \* Ser una empresa nueva en el mercado lo que causa que no tengamos reconocimiento

**FORTALEZAS**

- \* Tener contacto directo con el cliente
- \* Al ser un sector competitivo esto nos ayuda a esforzarnos para ser mejores en el servicio, cumplimiento e innovación
- \* Personal capacitado
- \* Calidad en el trato al cliente
- \* Variedad de servicio
- \* Variedad de proveedores

**AMENAZAS**

- \* Bastante competencia
- \* Situación económica del país
- \* Presentaremos en ocasiones poco flujo de clientes
- \* Incremento de precios por los proveedores

ANALISIS DE PESTELCONTEXTO  
POLITICO

ORGANIZADORA DE EVENTOS FG

TECNOLOGIA

LEGALIDAD

FACTOR  
ECONOMICO

De la ley 300 de 1996 está la norma técnica sectorial (NTS) 001 operadores de congresos ferias, convenciones y eventos similares. Fomenta la calidad para la prestación de estos servicios

Norma técnica sectorial (NTS) 006-1 sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores de congresos, ferias, convenciones y eventos similares

- \* En la venta de nuestro servicio no se fijará un determinado precio, ya que dependerá del tipo de evento y lo que pidan los clientes
- \* Con los ingresos que se tendrán, nuestra empresa debe poder sostenerse
- \* De acuerdo con el informe de Doing Business Colombia paso a ocupar el puesto 43 de 189 países, con relación en la facilidad de hacer negocios, lo que hace referencia a que hay una mejora en el clima de inversión y desarrollo de PYMES

- \* A través de la creación de nuestra página web, promocionaremos nuestros servicios, y nos daremos a conocer.
- \* Este sector es competitivo por lo tanto contaremos con el uso de las TIC como:
  - \* redes sociales,
  - \* computadores, \*teléfonos, internet
 y así mantenernos en contacto con nuestro público.

**LEGALIZACIÓN**

Registro único tributario que identifica a las empresas (RUT) ante la cámara de comercio

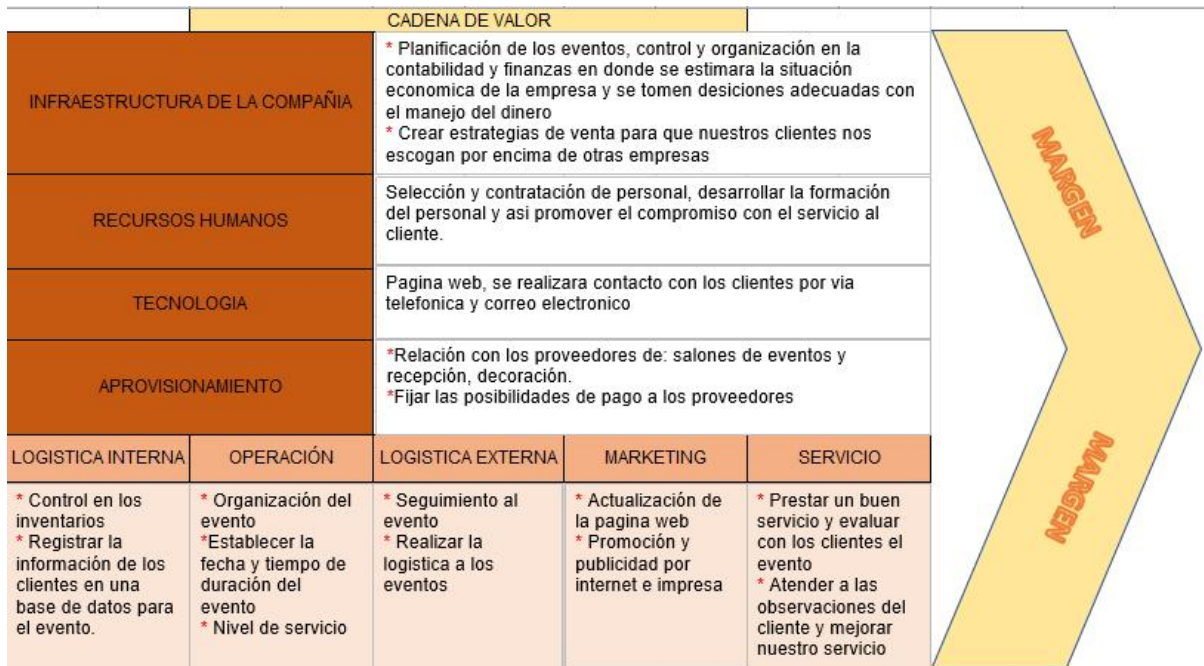
**ECOLOGIA**

- \* A través del reciclaje implementaremos una estrategia para reducir el impacto ambiental de las basuras.
- \* El decreto 1076 de 2015, es el decreto único reglamentario del sector ambiente y desarrollo sostenible
- \* Reducir el desperdicio de agua y energía, reutilizar materiales como papel, respetar los espacios naturales protegidos. Son algunas de las medidas que se deben tomar para disminuir el impacto del calentamiento global.
- \* Reducir las impresiones de documentos, en lo posible se manejará la información por correo electrónico o por teléfono.

**FACTORES SOCIO-CULTURAL**

- \* No ejerceremos discriminación de genero
- \* Brindaremos empleo en la comunidad
- \* Apoyar manifestaciones artísticas locales

**CADENA DE VALOR**



## ESTRATEGIA COMPETITIVA

En este sector la competencia es muy amplia, las siguientes empresas son algunas de las más importantes en el mercado

- Makroeventos
- Eventos casa medina

Makroeventos se dedica a la organización de eventos empresariales, eventos para la ciudad posee una amplia variedad de eventos, pero enfocados en lo corporativo

Eventos casa medina gestiona cualquier tipo de evento ya sean bodas o eventos empresariales

Todas las empresas con las que competimos tienen características que las hacen importantes en el mercado.

Para hacer competencia nuestra empresa innovara por ejemplo con variedad de paquetes para los eventos igualmente los precios, buscaremos que los clientes encuentren comodidad para pagar por nuestros servicios. Atenderemos a las solicitudes que nos presenten nuestros clientes ya sea que deseen un evento fuera de la ciudad, o algo en especial que prefieran.

## CAPITULO 2

### ESTUDIO DE MERCADOS

#### OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo de este estudio de mercados es el conocer la viabilidad de nuestra empresa en el mercado ofreciendo nuestro servicio, y posteriormente conocer lo que piensan nuestros futuros clientes de esta idea de negocio, y si contratarían nuestros servicios

#### POBLACIÓN: CLIENTE – CONSUMIDOR

**Cliente:** nuestro objetivo de clientes son las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bogotá, y las personas naturales que deseen nuestros servicios. El rol que desempeña nuestros clientes está en:

INICIADOR: quien adquiere nuestros servicios

DECISOR: determina las características que tendrá el servicio

COMPRADOR: paga el servicio.

**El consumidor:** son aquellas personas que asistirán al evento, por ejemplo, los empleados de las empresas, o los invitados de las personas naturales. Su rol será:

USUARIO: quien consumirá el servicio adquirido

### PRODUCTO

Nuestra empresa organizadora de eventos es un servicio ya que satisfacemos las necesidades de nuestros clientes, respecto a la organización y creación de un evento.

Los niveles de nuestro producto son:

- PRODUCTO BASICO: los eventos debido a que es la esencia de nuestro producto
- PRODUCTO FORMAL: organización, creación y diseño de eventos

### TIPO DE MERCADO

El tipo de clientes que serán atendidos en nuestra empresa son:

- B2B: hace referencia a las empresas
- B2C: son individuos personas naturales

### TIPO DE ESTUDIO

Cuantitativo: se realizarán encuestas a algunas empresas y personas, para conocer diferentes opiniones, a las personas se les realizara la encuesta personalmente y las encuestas de las empresas se llevarán a cabo por internet y personalmente

### INSTRUMENTO CUANTITATIVO

Encuesta – cuestionario

Con la información de la siguiente encuesta se realizará el estudio de mercado, y así conocer si nuestra empresa será viable en el mercado

### SEGMENTACIÓN

Información empresas encuestadas

EMPRESA	Actividad a la que se dedica	Tamaño
Leopoldo guaqueta	Comercio	Mediana
Creaciones gf	Comercio-confección	Pequeña
Beloky	Comercio-confección	Mediana
Restaurante agapando y violeta	Servicio	Mediana
Ferretería Varma	Comercio	Pequeña
Procesos y acabados multicolor	Servicio	Mediana

## Información personas encuestadas

Personas	Sexo	Edad	Estrato
Xiomara valencia	femenino	28	2
Willian Fernando	masculino	32	2
Adriana pulido	femenino	34	3
Cesar González	masculino	29	3
Víctor Villamizar	masculino	53	2
Carmenza Garzón	femenino	50	2
Diana Fernández	femenino	23	2
Stiven Bastidas	masculino	20	2
Silvia Gómez	femenino	50	2
Diego Amaya	masculino	24	3
Andrés Carvajal	masculino	20	2
Paola Sepúlveda	femenino	20	2
Omar Rodríguez	masculino	21	2
Marcela Rojas	femenino	24	2
Natalia Navarro	femenino	25	2

ENCUESTA

La siguiente serie de preguntas serán suministradas a empresas y personas naturales

Empresas:

1. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
  - a. Menos de 10 personas
  - b. Entre 10 y 50 personas
  - c. Entre 51 y 200 personas
  - d. Mas de 200 personas
2. ¿en qué tipo de ocasión la empresa realiza eventos?
  - a. Capacitaciones
  - b. Despedidas
  - c. Ascensos
  - d. Fiesta de fin de año
  - e. Cumpleaños
  - f. Lanzamiento de nuevos productos
  - g. Otro
  - h. No realiza ningún evento
3. ¿Cómo realiza la organización de sus eventos empresariales?
  - a. Contrata a una persona o empresa
  - b. Lo organiza usted mismo
4. De acuerdo con la pregunta anterior ¿Cuál ha sido el motivo de organización?
  - a. Falta de tiempo
  - b. Economía

- c. Asesoramiento
5. ¿Qué motivos lo llevaría a no contratar a una persona o empresa de organización de eventos?
    - a. Altos precios
    - b. Incumplimiento
    - c. Pérdida de tiempo
    - d. No le ofrecen servicios varios que pueda requerir el evento
    - e. Otro
  6. ¿estaría dispuesto a contratar los servicios de la empresa presentada?
    - a. Si
    - b. No
  7. ¿Cuánto presupuesto estaría dispuesto a invertir en la realización de un evento?
    - a. Entre 1.000.000 y 4.000.000
    - b. Mas de 4.000.000
  8. ¿ha tenido una mala experiencia frente a la organización de un evento en su empresa?
    - a. Siempre
    - b. Nunca
    - c. Algunas veces
  9. ¿Qué motivo principal se presenta para la celebración de eventos en su empresa?
    - a. Tradición
    - b. Mejorar las relaciones con los empleados
    - c. Dar a conocer a la empresa
    - d. Ganar nuevos clientes
  10. ¿a qué tipo de actividad se dedica su empresa?
    - a. Servicio
    - b. Productora
    - c. Comercial

#### Personas

1. ¿le gusta asistir a algún tipo de evento?
  - a. Si
  - b. No
2. ¿Cómo realizaría la organización de algún tipo de evento?
  - a. Contrataría a una persona o empresa
  - b. Lo organizaría usted mismo
  - c. Con la ayuda de un amigo o conocido
3. ¿Por qué elige organizar su evento de esa forma?
  - a. Tradición
  - b. Para sentirse especial
  - c. Para recordarlo mejor
  - d. Otro
4. ¿Qué tipo de evento celebra con más frecuencia?

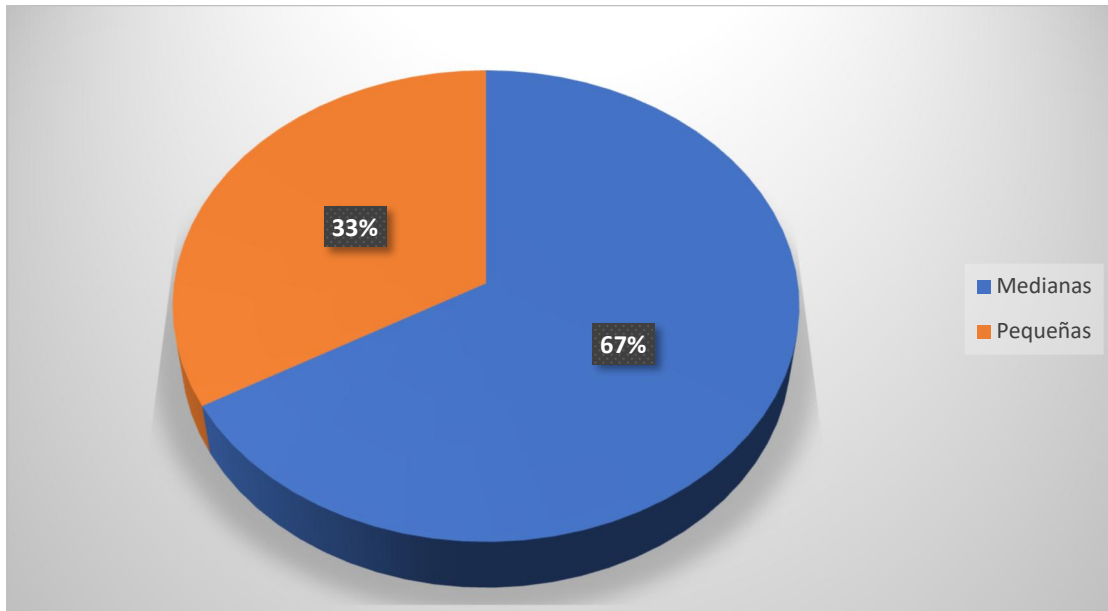
- a. Quince años
  - b. Bodas
  - c. Primeras comuniones
  - d. Despedida de solteros/as
  - e. Aniversarios
  - f. otro
5. ¿ha tenido una mala experiencia respecto a la organización de eventos?
    - a. Siempre
    - b. Nunca
    - c. Algunas veces
  6. ¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido en la organización de un evento?
    - a. Poco tiempo para los preparativos
    - b. Mal servicio por parte de la empresa
    - c. Dificultad para encontrar algunos detalles
  7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento?
    - a. 1.000.000 a 4.000.000
    - b. Más de 4.000.000
  8. ¿con que frecuencia acostumbra a organizar eventos?
    - a. Una vez al año
    - b. De 2 a 5 veces al año
    - c. Más de 5 veces al año
    - d. Nunca
  9. ¿le gustaría contratar los servicios de nuestra empresa?
    - a. Si
    - b. No
  10. ¿Cómo calificaría a las empresas organizadoras de eventos desde su experiencia personal?
    - a. Buena
    - b. Aceptable
    - c. Mala

### GRAFICAS Y CONCLUSIONES DE HALLAZGOS

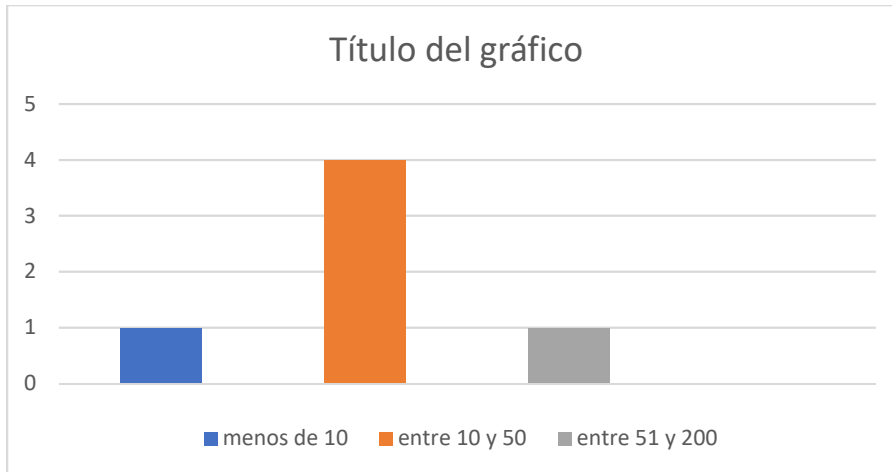
#### **Resultados encuesta empresas:**

El 67% de las empresas encuestadas son medianas, y el 33% son pequeñas empresas



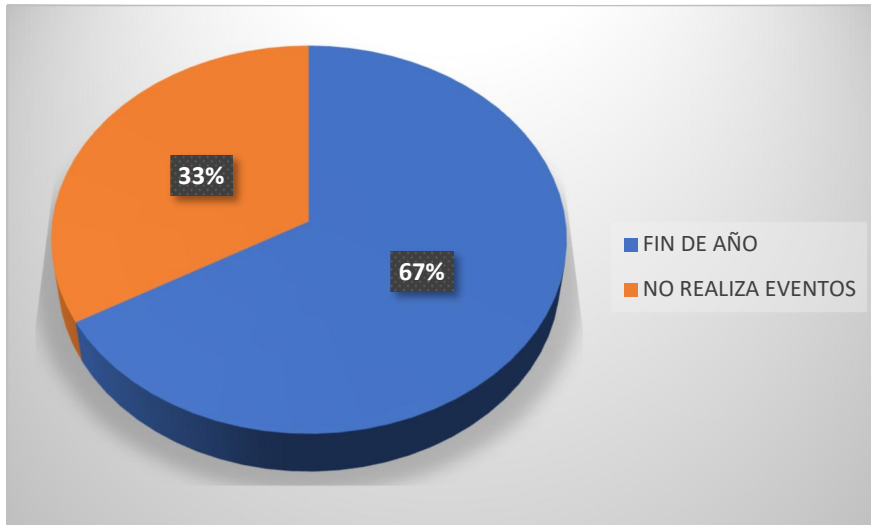


¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?	A	B	C	D
Leopoldo guaqueta		X		
Creaciones gf	X			
Beloky		X		
Restaurante agapando y violeta		X		
Ferretería Varma		X		
Procesos y acabados multicolor			X	



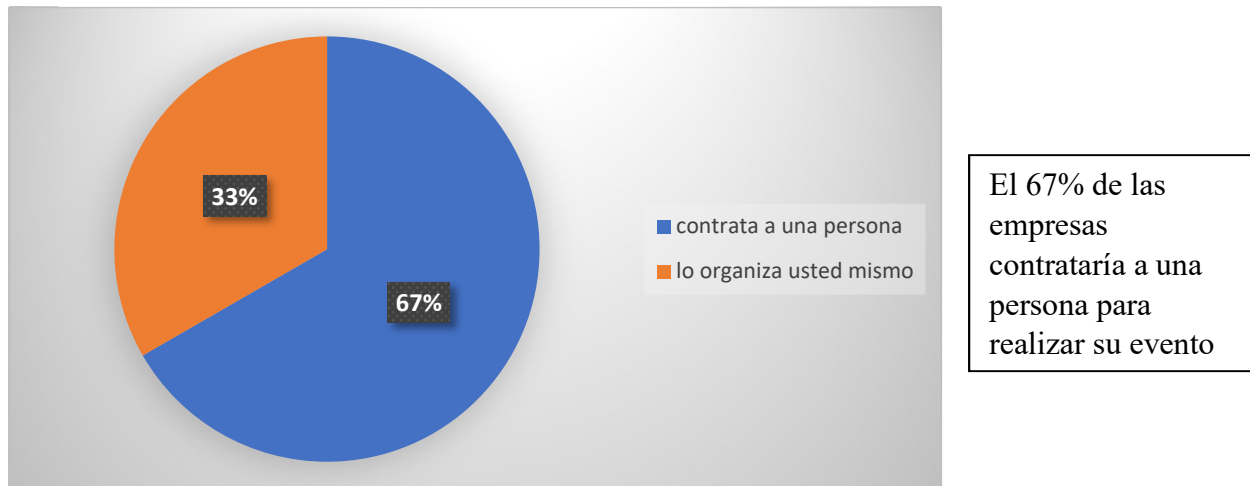
La mayoría de las empresas encuestadas tienen entre 10 y 50 empleados

¿en qué tipo de ocasión la empresa realiza eventos?	A	B	C	D	E	F	G	H
Leopoldo guaqueta				X				
Creaciones gf								X
Beloky				X				
Restaurante agapando y violeta								X
Ferretería Varma				X				
Procesos y acabados multicolor				X				

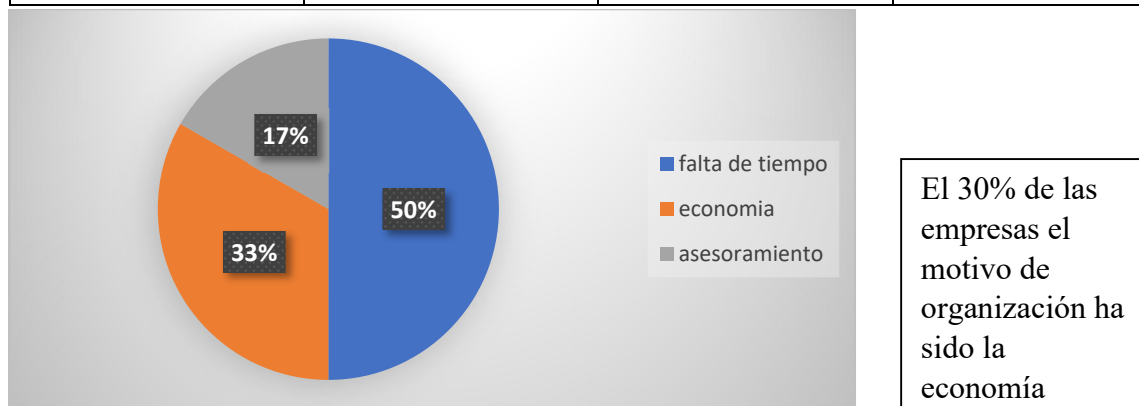


El 67% de las empresas realizaría un evento en la época de fin de año

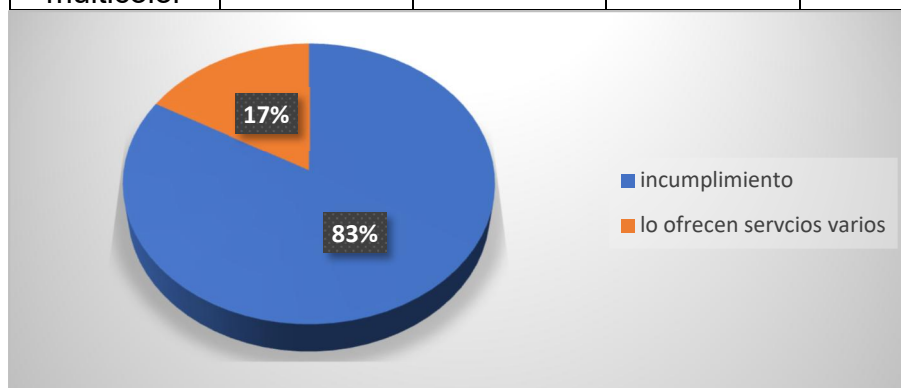
¿Cómo realiza la organización de sus eventos empresariales?	A	B
Leopoldo guaqueta	X	
Creaciones gf		X
Beloky	X	
Restaurante agapando y violeta		X
Ferretería Varma	X	
Procesos y acabados multicolor	X	



De acuerdo con la pregunta anterior ¿Cuál ha sido el motivo de organización?	A	B	C
Leopoldo guaqueta	X		
Creaciones gf		X	
Beloky	X		
Restaurante agapando y violeta		X	
Ferretería Varma			X
Procesos y acabados multicolor	X		

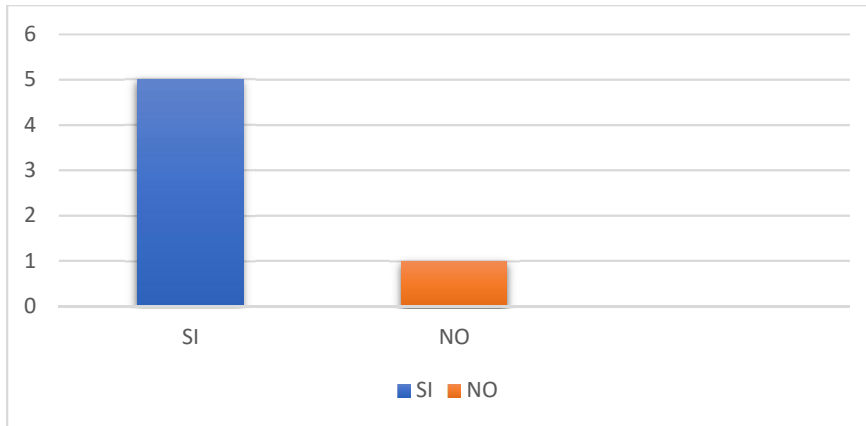


¿Qué motivos lo llevaría a no contratar a una persona o empresa de organización de eventos?	A	B	C	D	E
Leopoldo guaqueta		X			
Creaciones gf		X			
Beloky		X			
Restaurante agapando y violeta		X			
Ferretería Varma				X	
Procesos y acabados multicolor		X			



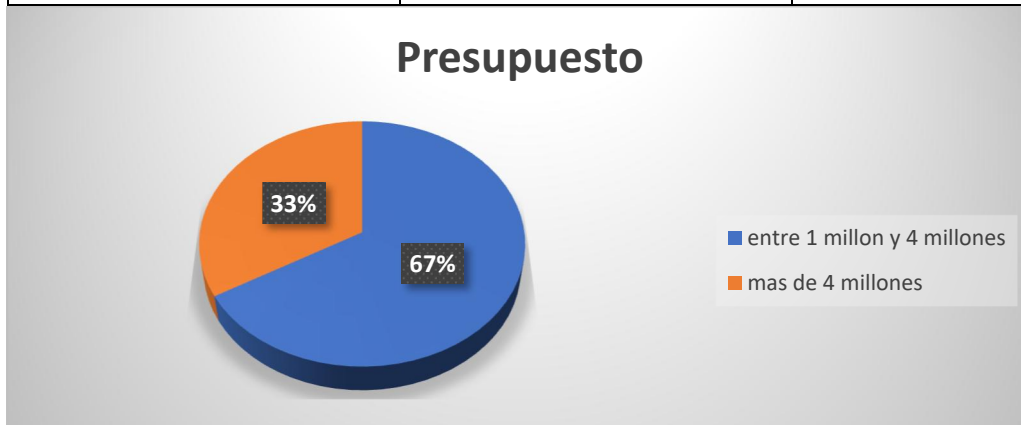
El 83% de las empresas no contrataría a una empresa de eventos por el incumplimiento

¿estaría dispuesto a contratar los servicios de la empresa presentada?	SI	NO
Leopoldo guaqueta	X	
Creaciones gf		X
Beloky	X	
Restaurante agapando y violeta	X	
Ferretería Varma	X	
Procesos y acabados multicolor	X	



La mayoría de las empresas encuestadas estaría dispuesta a contratar nuestros servicios

¿Cuánto presupuesto estaría dispuesto a invertir en la realización de un evento?	A	B
Leopoldo guaqueta	X	
Creaciones gf	X	
Beloky		X
Restaurante agapando y violeta	X	
Ferretería Varma	X	
Procesos y acabados multicolor		X



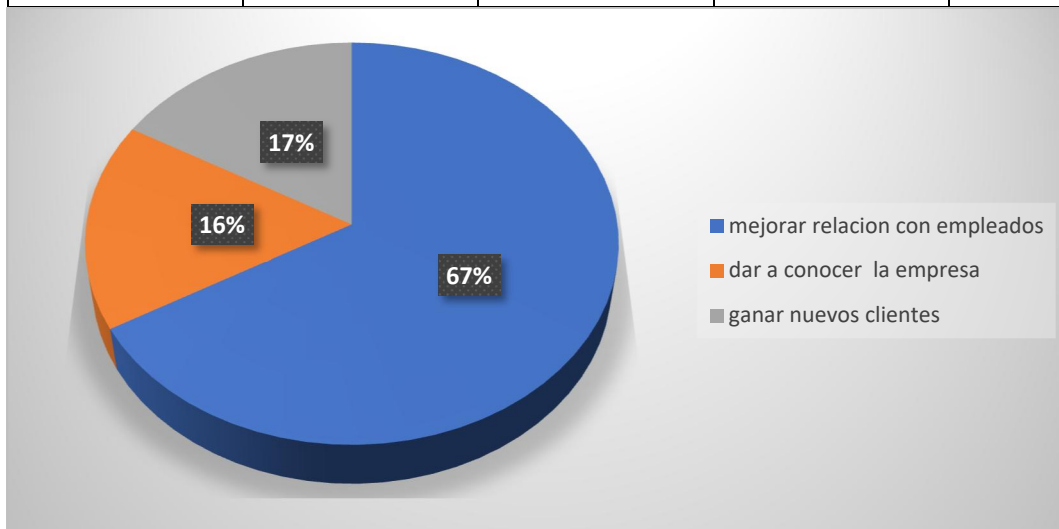
El 67% de las empresas estaría dispuesto a pagar por un evento entre 1 millón y 4 millones

¿ha tenido una mala experiencia frente a la organización de un evento en su empresa?	A	B	C
Leopoldo guaqueta		X	
Creaciones gf		X	
Beloky		X	
Restaurante agapando y violeta		X	
Ferretería Varma		X	
Procesos y acabados multicolor			X



La mayoría de las empresas no ha tenido una mala experiencia a la hora de realizar un evento

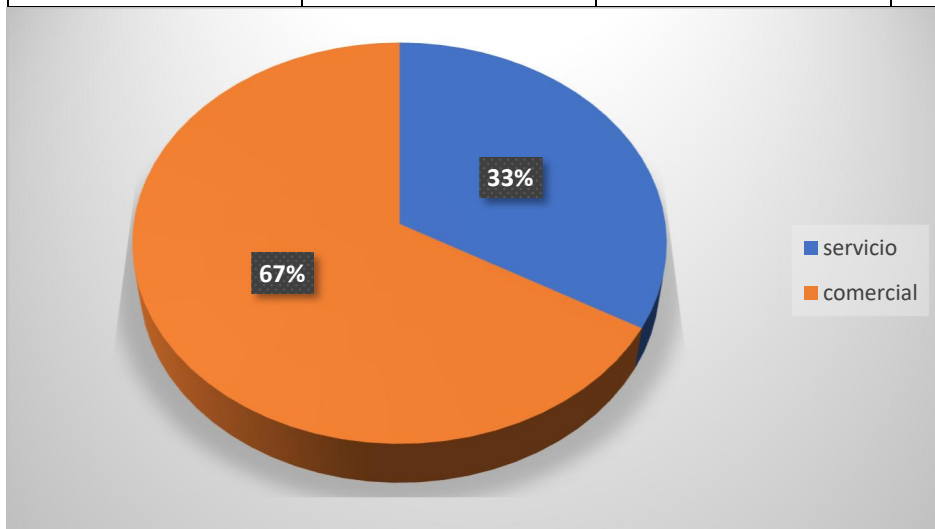
¿Qué motivo principal se presenta para la celebración de eventos en su empresa?	A	B	C	D
Leopoldo guaqueta		X		
Creaciones gf		X		
Beloky				X
Restaurante agapando y violeta		X		
Ferretería Varma			X	
Procesos y acabados multicolor		X		



El 67% de las empresas realiza eventos para mejorar la relación con los empleados



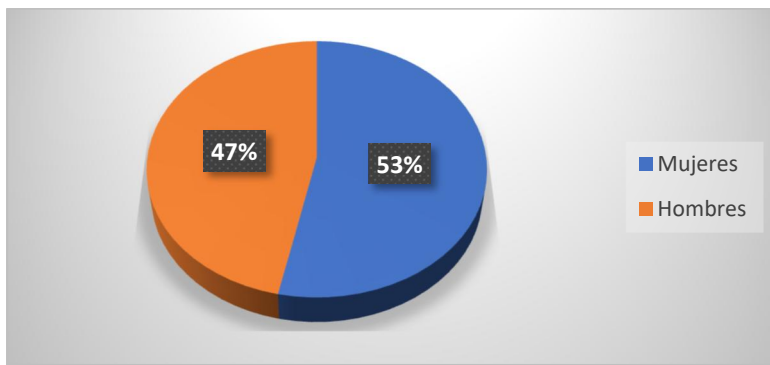
¿a qué tipo de actividad se dedica su empresa?	A	B	C
Leopoldo guaqueta			X
Creaciones gf Beloky			X
Restaurante agapando y violeta	X		
Ferretería Varma			X
Procesos y acabados multicolor	X		



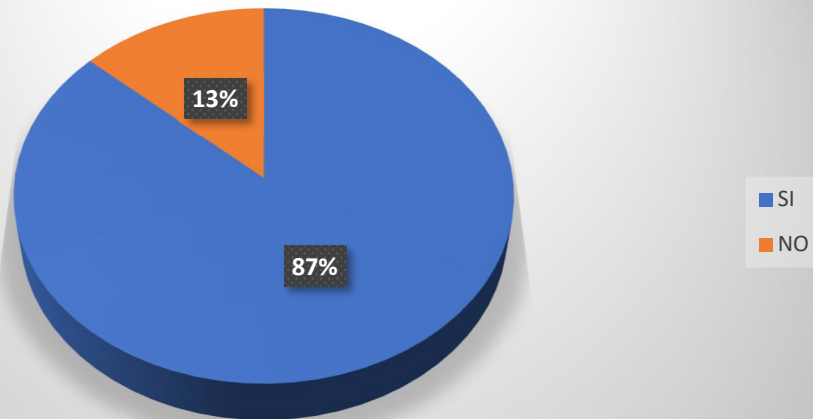
El 67% de las empresas se dedican a la actividad comercial

### Resultado encuesta personas:

El 53% de las personas encuestadas fueron mujeres, y el 47% fueron hombres

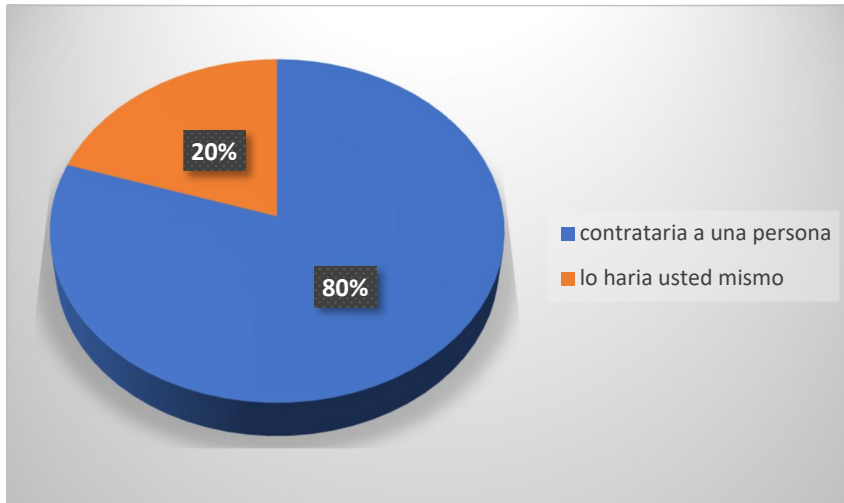


¿le gusta asistir a algún tipo de evento?	SI	NO
Xiomara valencia	X	
Willian Fernando	X	
Adriana pulido	X	
Cesar González		X
Víctor Villamizar	X	
Carmenza Garzón	X	
Diana Fernández	X	
Stiven bastidas	X	
Silvia Gómez	X	
Diego Amaya		X
Andrés Carvajal	X	
Paola Sepúlveda	X	
Omar Rodríguez	X	
Marcela Rojas	X	
Natalia Navarro	X	



El 87% de las personas encuestadas le gusta asistir a algún tipo de evento

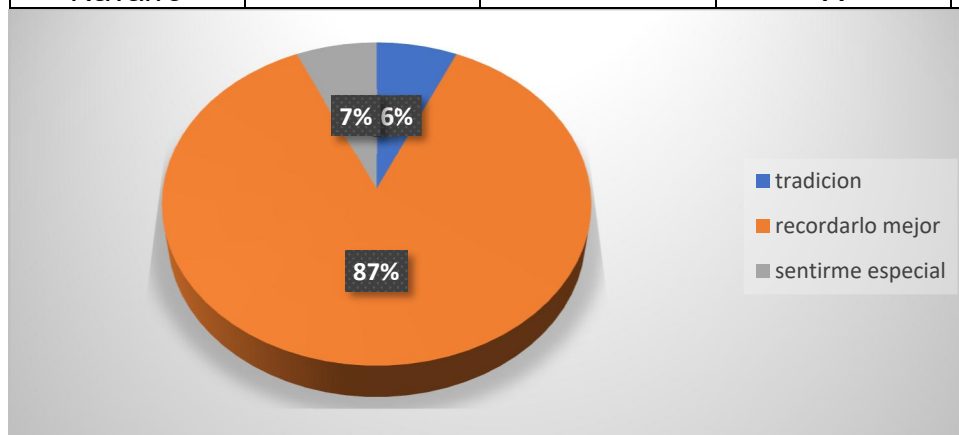
¿Cómo realizaría la organización de algún tipo de evento?	A	B	C
Xiomara Valencia	X		
Willian Fernando	X		
Adriana Pulido	X		
Cesar González		X	
Víctor Villamizar	X		
Carmenza Garzón	X		
Diana Fernández		X	
Stiven bastidas	X		
Silvia Gómez	X		
Diego Amaya	X		
Andrés Carvajal	X		
Paola Sepúlveda	X		
Omar Rodríguez	X		
Marcela Rojas		X	
Natalia Navarro	X		



El 80% de las personas a la hora de realizar un evento contrataría a una persona

¿Por qué elige organizar su evento de esa forma?	A	B	C	D
Xiomara valencia			X	
Willian Fernando			X	
Adriana pulido			X	
Cesar González			X	
Víctor Villamizar			X	
Carmenza Garzón	X			
Diana Fernández			X	
Stiven bastidas			X	
Silvia Gómez			X	
Diego Amaya			X	
Andrés Carvajal		X		
Paola Sepúlveda			X	
Omar Rodríguez			X	

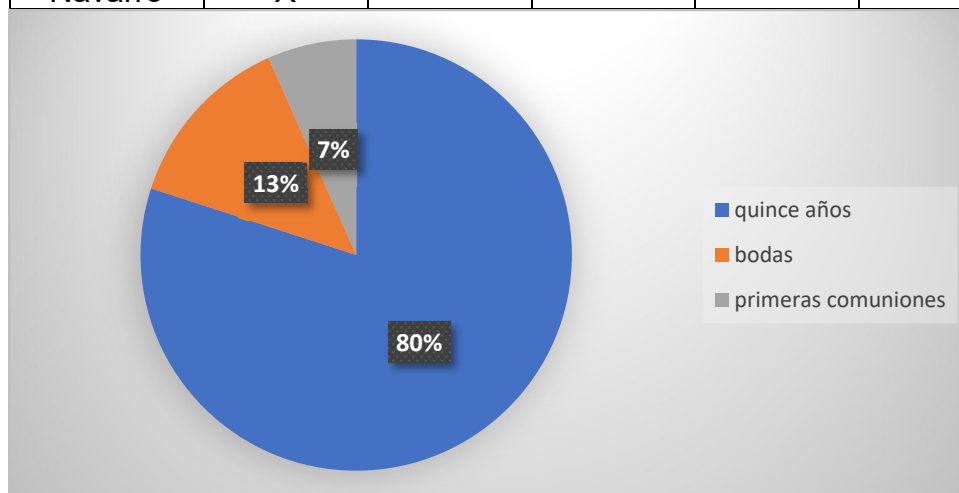
Marcela Rojas			X	
Natalia Navarro			X	



El 87% de las personas eligen organizar un evento para recordarlo mejor

¿Qué tipo de evento celebra con más frecuencia?	A	B	C	D	E	F
Xiomara valencia	X					
Willian Fernando	X					
Adriana pulido			X			
Cesar González	X					
Víctor Villamizar	X					
Carmenza Garzón	X					
Diana Fernández	X					
Stiven bastidas	X					
Silvia Gómez		X				

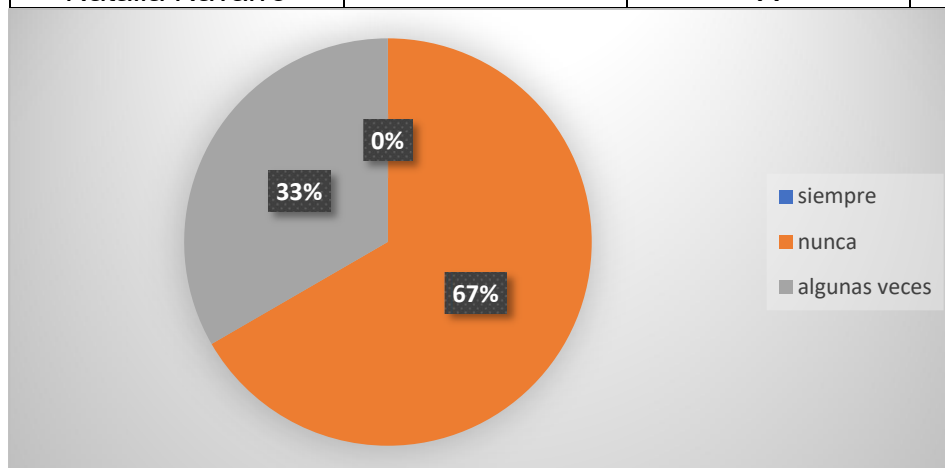
Diego Amaya	X					
Andrés Carvajal	X					
Paola Sepúlveda	X					
Omar Rodríguez	X					
Marcela Rojas		X				
Natalia Navarro	X					



El 80% de eventos que celebran con más frecuencia las personas encuestadas son quince años

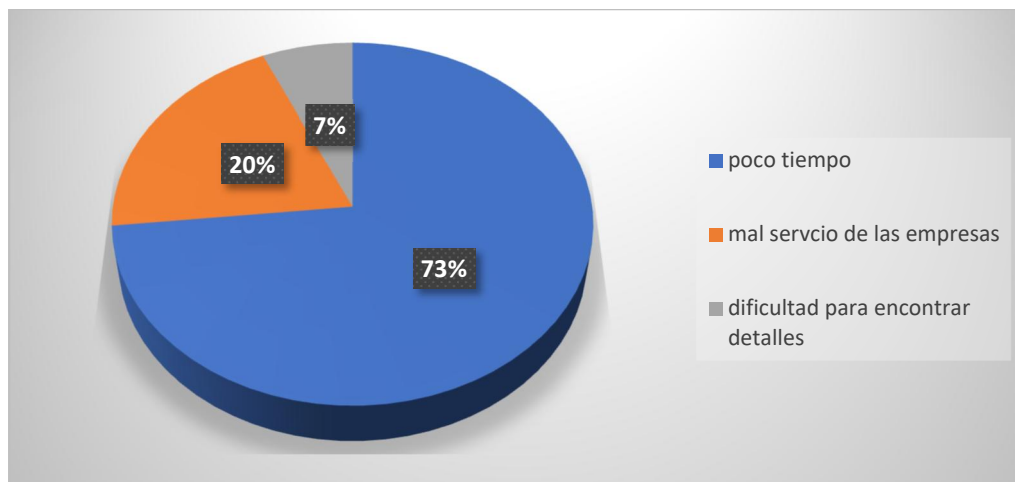
¿ha tenido una mala experiencia respecto a la organización de eventos?	A	B	C
Xiomara valencia		X	
Willian Fernando		X	
Adriana pulido		X	
Cesar González		X	
Víctor Villamizar		X	
Carmenza Garzón			X
Diana Fernández		X	
Stiven bastidas		X	
Silvia Gómez			X
Diego Amaya		X	
Andrés Carvajal			X

Paola Sepúlveda			X
Omar Rodríguez		X	
Marcela Rojas			X
Natalia Navarro		X	



El 67% de las personas nunca ha tenido una mala experiencia en la organización de su evento

¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido en la organización de un evento?	A	B	C
Xiomara valencia	X		
Willian Fernando	X		
Adriana pulido	X		
Cesar González	X		
Víctor Villamizar	X		
Carmenza Garzón		X	
Diana Fernández	X		
Stiven Bastidas	X		
Silvia Gómez			X
Diego Amaya	X		
Andrés Carvajal		X	
Paola Sepúlveda	X		
Omar Rodríguez	X		
Marcela rojas	X		
Natalia navarro		X	

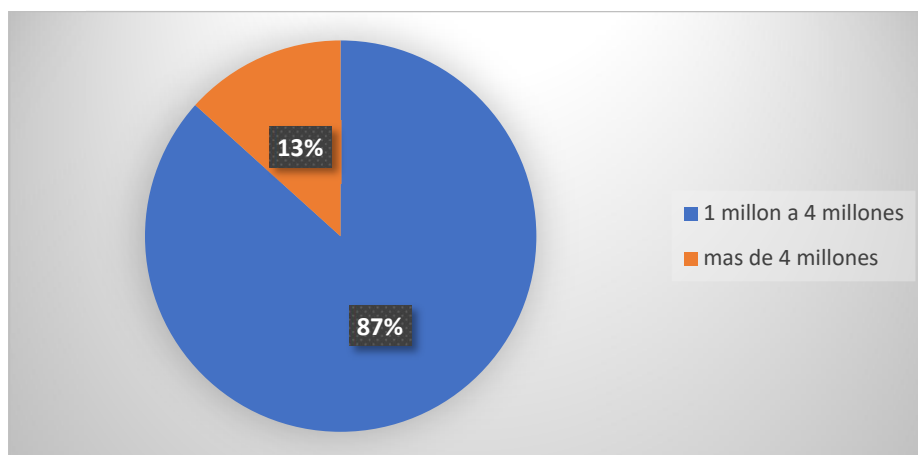


El 73% de las personas tiene el problema de poco tiempo para la realización de un evento, por lo que contratan a empresas

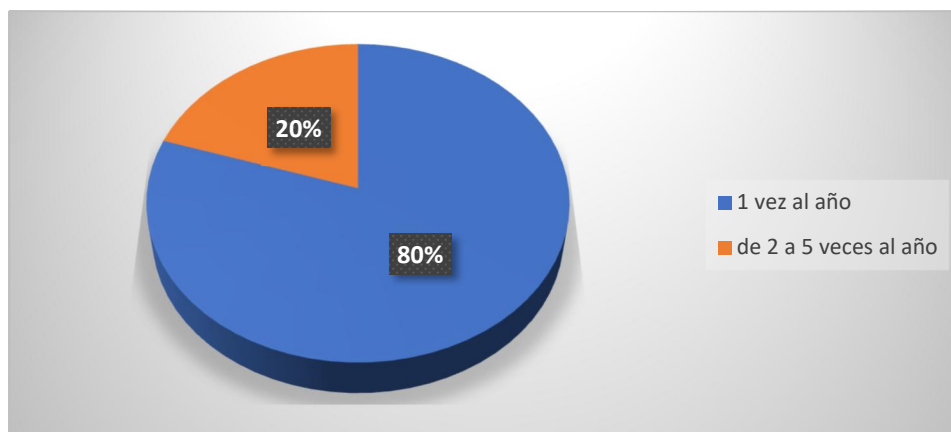
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento?	A	B
Xiomara valencia	X	
Willian Fernando	X	
Adriana pulido	X	
Cesar González	X	
Víctor Villamizar		X
Carmenza Garzón		X
Diana Fernández	X	
Stiven Bastidas	X	
Silvia Gómez	X	
Diego Amaya	X	
Andrés Carvajal	X	
Paola Sepúlveda	X	
Omar Rodríguez	X	
Marcela rojas	X	
Natalia navarro	X	



El 87% de las personas estaría dispuesto a pagar entre 1 millón y 4 millones

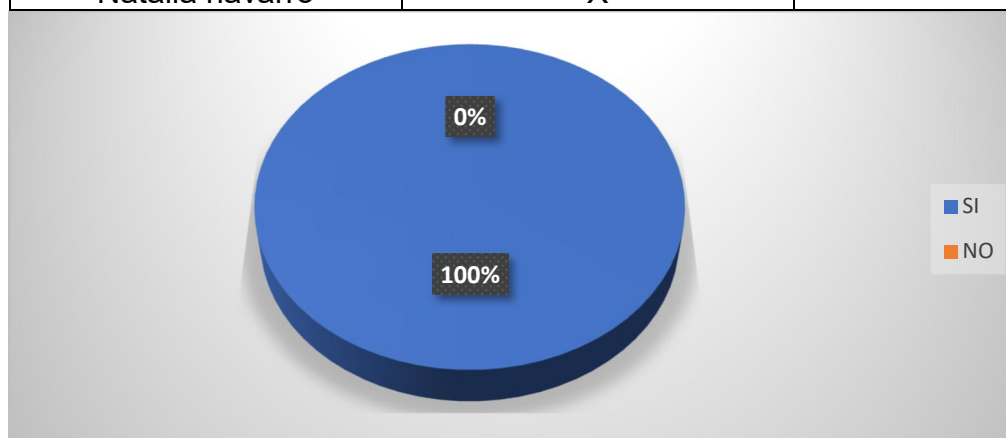


¿con que frecuencia acostumbra a organizar eventos?	A	B	C	D
Xiomara valencia	X			
Willian Fernando	X			
Adriana pulido	X			
Cesar González	X			
Víctor Villamizar		X		
Carmenza Garzón		X		
Diana Fernández	X			
Stiven Bastidas	X			
Silvia Gómez	X			
Diego Amaya	X			
Andrés Carvajal		X		
Paola Sepúlveda	X			
Omar Rodríguez	X			
Marcela rojas	X			
Natalia navarro	X			



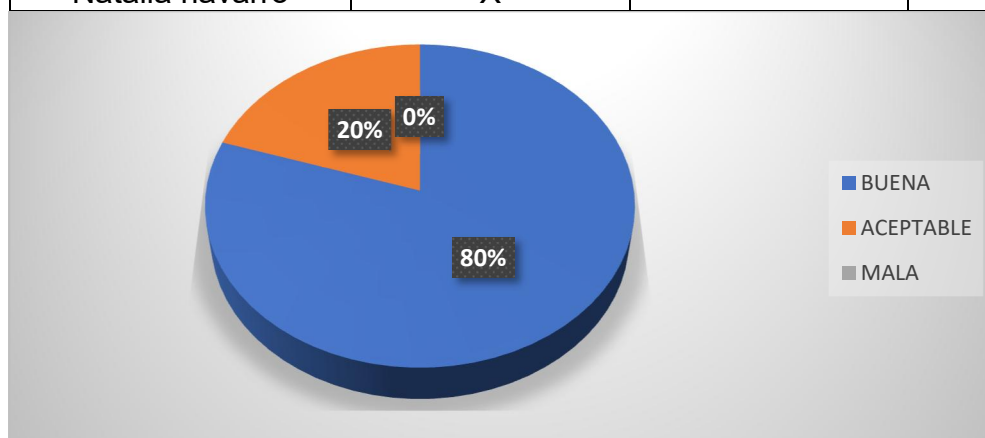
El 80% de las personas encuestadas acostumbra a realizar eventos una vez al año

¿le gustaría contratar los servicios de nuestra empresa?	SI	NO
Xiomara valencia	X	
Willian Fernando	X	
Adriana pulido	X	
Cesar González	X	
Víctor Villamizar	X	
Carmenza garzón	X	
Diana Fernández	X	
Stiven Bastidas	X	
Silvia Gómez	X	
Diego Amaya	X	
Andrés Carvajal	X	
Paola Sepúlveda	X	
Omar Rodríguez	X	
Marcela rojas	X	
Natalia navarro	X	



El 100% de las personas encuestadas les gustaría contratar nuestros servicios

¿Cómo calificaría a las empresas organizadoras de eventos desde su experiencia personal?	BUENA	ACEPTABLE	MALA
Xiomara valencia	X		
Willian Fernando	X		
Adriana pulido	X		
Cesar González	X		
Víctor Villamizar		X	
Carmenza garzón	X		
Diana Fernández	X		
Stiven bastidas		X	
Silvia Gómez	X		
Diego Amaya	X		
Andrés Carvajal	X		
Paola Sepúlveda		X	
Omar Rodríguez	X		
Marcela rojas	X		
Natalia navarro	X		



El 80% de las personas calificaron a las empresas organizadoras de eventos como buenas

## CAPITULO 3

### ESTRATEGIAS DE MARKETING

#### ESTRATEGIA DE PRODUCTO

- Contratar personal capacitado, comprometido y cumplido para garantizar un servicio excelente
- Contar con los mejores proveedores. Al momento de la contratación de los proveedores se firmará un acuerdo de cumplimiento, para asegurar que lo acordado se cumpla
- Se realizará un historial de los eventos de cada una de las empresas o personas con las que trabajamos, con el fin de tener los comentarios y calificaciones y ofrecerles un servicio en fechas importantes, también podremos mirar en que estamos fallando y así mejorar
- En todos los eventos la empresa estará presente en el inicio y en un momento posterior revisando que todo esté en orden como se planifico

#### ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia que implementaremos comenzando nuestra empresa es

**PRECIO DE PENETRACIÓN:** fijaremos precios bajos para llegar al mercado rápidamente. La finalidad de este precio está en capturar bastante participación en el mercado desde el inicio.

Muchas empresas con este precio han logrado sacar del mercado a su competencia

Modernizaremos los eventos ofreceremos nuevas propuestas como el lugar para realizar el evento, ya sea en una zona cálida, ciudad o en los mejores clubes de la ciudad no ofreceremos los típicos salones si no algo que supere las expectativas de los clientes. En algunos años podremos también ofrecer la realización de eventos en hoteles

El precio de venta depende de los paquetes que adquieran los clientes, o si quiere un evento sencillo

#### ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

- Tendremos un blog en donde los clientes podrán ver todos nuestros servicios, saber sobre nosotros y lo que ofrecemos. También podremos interactuar con ellos
- Obsequiar cupones que permitirán en futuras compras un ahorro
- Mediante medios publicitarios como redes sociales ofreceremos nuestros servicios, con volantes también podremos dar a conocer nuestro negocio.
- El periódico tiene ventajas como que es accesible y muchas personas les gusta tenerlo y podrían conocernos también por esta vía

MARCA LOGOTIPO Y SLOGAN

CASA DE EVENTOS  
TE DAREMOS LA  
MEJOR  
EXPERIENCIA

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Con estas estrategias daremos un incentivo y motivaremos a nuestros clientes a comprar nuestros servicios

- **REBAJAS:** daremos descuentos en nuestros paquetes
- **OBSEQUIOS:** a cambio de comprar nuestro servicio, ofreceremos a nuestros clientes un artículo que sea de acuerdo con el evento, por ejemplo: si el evento son quince años obsequiaremos un anillo a la quinceañera
- **CLIENTE FRECUENTE:** recompensaremos a nuestros clientes por su lealtad y siempre tenernos en cuenta para sus celebraciones
- **PAGOS EN EFECTIVO:** se realizará un descuento del 10%
- **PAGOS CON TARJETA:** se realizará un descuento del 5%

### ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia de distribución que implementaremos es la distribución directa y llegar así al consumidor final



- \*Con esta estrategia el servicio se presta directamente al cliente sin tener a un intermediario
- \*Se tendrá una mayor comunicación con los clientes y así conozcan la empresa y se sientan atraídos hacia esta
- \*Se ahorrarán costos

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El medio pasivo sería un canal de distribución en este medio se encuentra la radio, tiene bajo costo para enviar el mensaje, pero se deberá hacer con frecuencia para que las personas retengan el mensaje

Otra clase de distribución es el canal medio el cual interviene un fabricante, un mayorista, un minorista y finalmente el cliente

En este canal el fabricante realiza los elementos que necesitamos para la organización y decoración del evento, el mayorista recibe esta mercancía y la vende a nuestra empresa.

### VENTAJA COMPETITIVA Y COMPARATIVA

#### **VENTAJA COMPETITIVA:**

**Precios bajos**  $\underline{\hspace{2cm}}$  **Mayor demanda**

Fijar precios bajos así ganar demanda, de esta manera podremos tener bastantes eventos a realizar. Muchas otras empresas se enfocan en fijar precios altos y se olvidan de realizar estrategias para incrementar la demanda.

#### **VENTAJA COMPARATIVA:**

Se presta un mismo servicio con las demás empresas, pero nuestra empresa creara una variedad de servicios como diferentes paquetes para que los clientes puedan elegir el que más les convenga, nos enfocaremos en siempre superar las expectativas de quienes nos contrataron, y mejorar cada día

### PROYECCION DE VENTAS

En el 2016 Bogotá registro más de 694.000 empresas activas del total de estas empresas el 90.8% son microempresas, un 6.6% son pequeñas y un 1.9% son medianas.

En la investigación de mercados se vio que el 87% de las empresas realizan eventos, el 67% contrata a una persona

También se observó en el estudio de mercados que el 87% de las personas realizan eventos, el 80% contrataría a una persona para realizar el evento

La proyección de venta en los próximos 4 años será de:

	AÑO	CANTIDAD DE VENTAS			
	1	225	1	50.625	225
	2	240	4	57.600	480
	3	253	9	64.009	759
	4	275	16	75.625	1.100
TOTAL	10	993	30	247.859	2.564

$$\begin{array}{r}
 4(2.564) - (10) (993) \\
 \hline
 5(30) - (10) 2 \\
 \hline
 10.256 - 9.930 \\
 \hline
 150 - 100 \\
 \hline
 326 \\
 \hline
 50 \\
 \hline
 = 6.52
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 993 - 6.52(10) \\
 \hline
 4 \\
 \hline
 993 - 65.5 \\
 \hline
 4 \\
 \hline
 927.5 \\
 \hline
 4 \\
 \hline
 = 231.875
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 (6.52) (4) \\
 \hline
 993 \\
 =0.026263846 \\
 =0.026
 \end{array}$$

De acuerdo con esta proyección las ventas crecerán a un promedio de 2.6% por periodo.

La proyección de ventas se realizó tomando baja cantidad de ventas para no crear falsas perspectivas

### POLITICA DE CARTERA

- Para dar comienzo a la organización de un evento el cliente debe pagar por adelantado mínimo un 50% del costo del evento, de este porcentaje el 25% será para dar a los proveedores e iniciar con la organización del evento.
- El saldo restante el cliente lo podrá cancelar 15 días después de la realización del evento
- Se contará con una provisión de dinero en efectivo, para cuando sea necesario contratar otro proveedor, o para cubrir alguna eventualidad.
- Los clientes que cancelen la totalidad del evento por anticipado obtendrán un descuento del 4%, si realizan otro evento con nosotros
- Clientes que realicen más de 5 eventos en un año, tendrán un historial con la empresa y obtendrán un descuento 5% de descuento en los eventos que realicen el siguiente año
- Clientes que no cancelen el saldo restante dentro de los 15 días se les eliminara cualquier beneficio que hayan obtenido con nuestra empresa, y se cobrara intereses de mora del 5% mensual sobre el costo del evento
- En caso de que un cliente obtenga más de un beneficio deberá escoger el que más prefiera, los descuentos no serán acumulables.

### HABILIDADES ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Desarrollar habilidades comerciales como:

- ESCUCHAR: es muy importante atender a la información o peticiones que el cliente nos da
- EMPATIZAR con el cliente para así entender las necesidades que tiene
- CONVENCER esta habilidad es importante a la hora de hacer que un cliente adquiera nuestros servicios, se debe exponer las razones por las cuales él debe comprarlo

Y habilidades administrativas como:

- COMUNICACIÓN frecuente con los clientes, empleados
- FORMULACION DE ESTRATEGIAS en caso de algún problema o para mejorar nuestro trabajo
- CONOCMIENTOS EN VENTA, COMERCIALIZACIÓN, ECONOMIA
- DETERMINAR SI LOS PROVEEDORES SON CUMPLIDOS



Ayudaran a que la empresa se desempeñe apropiadamente en el trabajo, y ofrecer un servicio de calidad

## LOGISTICA

### PROCESO DE APROVISIONAMIENTO

Somos una empresa prestadora de servicio y para garantizarlo manejaremos compra de material ya que debemos hacer compras por ejemplo para la decoración del evento, o algo en especial que deseen los clientes. Se tendrá instalaciones físicas

Tendremos que realizar inventarios puesto que debemos llevar un control del menaje (cubiertos, copas, platos), también de la lencería (manteles, servilletas, tapas para las sillas) Los proveedores con los que trabajaremos son:

- Lugares de diferentes estilos y capacidad para adaptarlos a los diferentes eventos que se presenten
- Empresas de transporte
- Prestación de servicio de personal para atender los eventos
- Alquiler de sonido, música, luces
- Alquiler de equipos y herramientas

Lo ideal será fijar relaciones a largo plazo con los proveedores para beneficio de los dos, ellos podrán promocionar sus productos o servicios a través del portafolio de la empresa, y nosotros crear descuentos sobre los precios del producto o servicio que vamos adquirir.

Para escoger a los proveedores debemos enfocarnos en:

- Calidad en servicio o producto
- Cumplimiento
- Confianza
- Precios

### PROCESO DE PRODUCCIÓN

Los elementos principales que componen un evento para su realización son tres, y cada uno debe cumplir con las exigencias dadas por los clientes.

#### **1. LUGAR DE LA REALIZACIÓN**

- Salones con un espacio suficiente para el número de invitados, y con todos los servicios necesarios como baños, parqueaderos, salidas de emergencias
- Ambientación del lugar está la decoración, la iluminación, el sonido
- La ubicación de los invitados durante el evento sea cómoda

#### **2. ALIMENTACIÓN**

- De acuerdo con la hora escogida por el cliente prestar el servicio de alimentación
- Servicio de bebidas
- Personal de apoyo

### **3. ADECUACIÓN**

- La decoración será la elegida por el cliente
- Servicio de fotografía
- Entretenimiento: presentaciones artísticas
- Diseño de tarjetas de agradecimiento e invitaciones
- Diseño de recordatorios

Nuestra empresa está en la disposición de brindar todos los servicios mencionados o una combinación de ellos

#### **PROCESO DE DISTRIBUCIÓN**

- Nos enfocaremos en tener opciones listas para los clientes, de acuerdo con el tipo de evento que requiere
- Hacer un seguimiento a los proveedores y verificar si se está cumpliendo con lo acordado
- Efectuar un seguimiento al evento, y verificar si el evento será exitoso

### CONCLUSIONES

De acuerdo con la información obtenida en la investigación de mercados se pudo realizar un análisis DOFA. Este análisis indico que podemos tener buenas posibilidades para que esta idea de negocio tenga un desempeño exitoso en la realización de eventos. Esta empresa ofrecerá un número importante de soluciones en los aspectos para realizar eventos empresariales y no empresariales.

Esta propuesta resulto atractiva para las empresas encuestadas el nivel de aceptación por ellas fue de un 87%, al igual que las personas encuestadas el nivel de aceptación fue de un 100%, existe una gran competencia en el mercado como empresas de catering o empresas organizadoras de eventos ya posicionadas en el mercado. Ante esta situación estamos en la obligación de contar con una propuesta fuerte y que compita en el mercado, consiguiendo optimizar costos y buscando proveedores que nos garanticen calidad y eficiencia.

Algunas empresas y personas naturales escogen el realizar de forma autónoma los eventos, ya que se invierte tiempo en la búsqueda de ofertas y no encontrar una propuesta que integre los servicios y productos que deseen, otra causa es el incumplimiento de las empresas, y lo podemos ver en la encuesta realizada la mayoría no contrata a una empresa organizadora de evento por el incumplimiento con lo pactado. Por ello es importante contar con un portafolio amplio y con variedad de ofertas, y no olvidarse de la calidad que se debe tener en el servicio que se prestara, el cumplimiento y la eficiencia en la organización del evento. Y algo importante en la prestación de un servicio es llenar las expectativas de los clientes y cubrir sus necesidades

## ANEXOS

ENCUESTA

La siguiente serie de preguntas serán suministradas a empresas y personas naturales

Empresas:

11. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
  - e. Menos de 10 personas
  - f. Entre 10 y 50 personas
  - g. Entre 51 y 200 personas
  - h. Mas de 200 personas
12. ¿en qué tipo de ocasión la empresa realiza eventos?
  - i. Capacitaciones
  - j. Despedidas
  - k. Ascensos
  - l. Fiesta de fin de año
  - m. Cumpleaños
  - n. Lanzamiento de nuevos productos
  - o. Otro
  - p. No realiza ningún evento
13. ¿Cómo realiza la organización de sus eventos empresariales?
  - c. Contrata a una persona o empresa
  - d. Lo organiza usted mismo
14. De acuerdo con la pregunta anterior ¿Cuál ha sido el motivo de organización?
  - d. Falta de tiempo
  - e. Economía
  - f. Asesoramiento
15. ¿Qué motivos lo llevaría a no contratar a una persona o empresa de organización de eventos?
  - f. Altos precios
  - g. Incumplimiento
  - h. Pérdida de tiempo
  - i. No le ofrecen servicios varios que pueda requerir el evento
  - j. Otro
16. ¿estaría dispuesto a contratar los servicios de la empresa presentada?
  - c. Si
  - d. No
17. ¿Cuánto presupuesto estaría dispuesto a invertir en la realización de un evento?
  - c. Entre 1.000.000 y 4.000.000
  - d. Mas de 4.000.000
18. ¿ha tenido una mala experiencia frente a la organización de un evento en su empresa?
  - d. Siempre

- e. Nunca
  - f. Algunas veces
19. ¿Qué motivo principal se presenta para la celebración de eventos en su empresa?
- e. Tradición
  - f. Mejorar las relaciones con los empleados
  - g. Dar a conocer a la empresa
  - h. Ganar nuevos clientes
20. ¿a qué tipo de actividad se dedica su empresa?
- d. Servicio
  - e. Productora
  - f. Comercial

### Personas

11. ¿le gusta asistir a algún tipo de evento?
- c. Si
  - d. No
12. ¿Cómo realizaría la organización de algún tipo de evento?
- d. Contrataría a una persona o empresa
  - e. Lo organizaría usted mismo
  - f. Con la ayuda de un amigo o conocido
13. ¿Por qué elige organizar su evento de esa forma?
- e. Tradición
  - f. Para sentirse especial
  - g. Para recordarlo mejor
  - h. Otro
14. ¿Qué tipo de evento celebra con más frecuencia?
- g. Quince años
  - h. Bodas
  - i. Primeras comuniones
  - j. Despedida de solteros/as
  - k. Aniversarios
  - l. otro
15. ¿ha tenido una mala experiencia respecto a la organización de eventos?
- d. Siempre
  - e. Nunca
  - f. Algunas veces
16. ¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido en la organización de un evento?
- d. Poco tiempo para los preparativos
  - e. Mal servicio por parte de la empresa
  - f. Dificultad para encontrar algunos detalles
17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento?
- c. 1.000.000 a 4.000.000

- d. Más de 4.000.000
18. ¿con que frecuencia acostumbra a organizar eventos?
- e. Una vez al año
  - f. De 2 a 5 veces al año
  - g. Más de 5 veces al año
  - h. Nunca
19. ¿le gustaría contratar los servicios de nuestra empresa?

#### FORMATO DE ENCUESTA

“Buenas tardes soy estudiante de la universidad CUN de la carrera Administración turística y hotelera, estoy realizando un proyecto que consiste en crear una idea de negocio, mi idea es una empresa de servicios de organización de eventos para PYMES (pequeñas y medianas empresas), y personas naturales, por lo que les quiero pedir su colaboración contestando una pequeña encuesta.

La información adquirida en esta encuesta será para realizar un estudio de mercados para la creación de esta empresa, y saber si es aceptada en el mercado:

Nuestra empresa ofrecerá un amplio portafolio de servicios, ofrecemos ambientación, variedad de menús.

En lo que nos enfocamos es en garantizar el éxito del evento y la satisfacción de todos los clientes

## BIBLIOGRAFIA

[http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=64928&name=NTS\\_-\\_TS\\_006-](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=64928&name=NTS_-_TS_006-)

1. [Sistema de gestion para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, 2012..pdf&prefijo=file](#)

[http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5249/nts\\_-\\_turismo\\_sostenible\\_1](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5249/nts_-_turismo_sostenible_1)

<https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

<http://www.marquezyfajardo.com/blog/index.php/entry/como-esta-la-economia-de-colombia-segun-el-doing-business-2014>

<http://mprende.co/emprendedores/bogot%C3%A1-cerr%C3%B3-el-2016-con-m%C3%A1s-de-694000-empresas-y-establecimientos-activos>

<https://www.gestiopolis.com/logistica-gestion-compras-almacenes-transporte/>

<http://www.solocontabilidad.com/contenido/habilidades-administrativas>

<http://www.solocontabilidad.com/2012/10/metodos-de-calculo-para-el-pronostico.html>