

PLAN DE MEJORAMIENTO “EMOCIÓN EXTREMA”



DIANA ROCIO OVALLE BOHORQUEZ

CÉDULA: 53076357

DOCENTE: HENRY MARTINEZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CUN

OPCIÓN DE GRADO 2

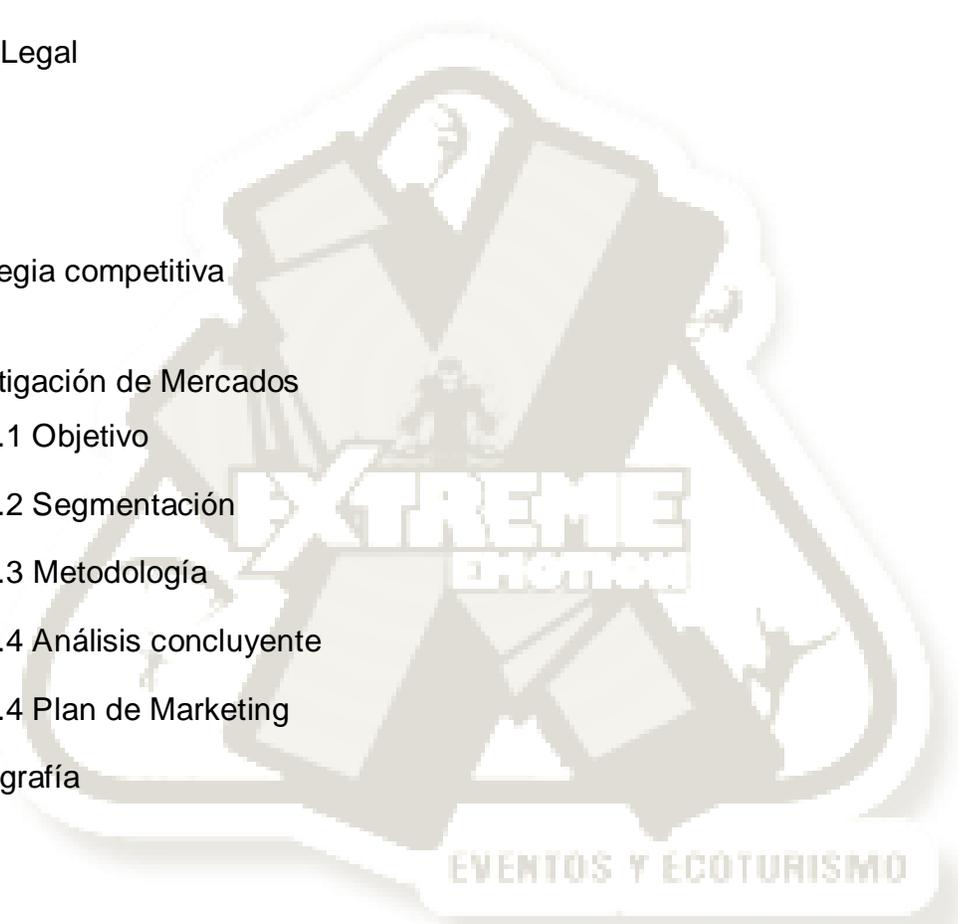
BOGOTA DC

AÑO 2017

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 4 |
| 2. Justificación | 5 |
| 3. Descripción empresa “EMOCIÓN EXTREMA” | 6 |
| 3.1 Descripción del Negocio | |
| 3.2 Misión | |
| 3.3 Visión | |
| 3.4 Valores corporativos | |
| 3.5 Objetivo General | |
| 3.6. Objetivos Específicos | |
| 4. Análisis Pestel | 9 |
| 4.1 Análisis Político | |
| 4.2 Análisis Económico | |
| 4.3 Análisis Social | |
| 4.4 Análisis Tecnológico | |
| 5. Análisis de las 5 fuerzas de Porter | 12 |
| 5.1 Poder de negociación de los clientes | |
| 5.2 Poder de negociación de los proveedores | |
| 5.3 Rivalidad de los competidores | |
| 5.4 Amenaza de nuevos competidores | |
| 5.5 Amenaza de productos sustitutos: | |

| | |
|-------------------------------|----|
| 6. Análisis DOFA | 14 |
| 6.1 Debilidades | |
| 6.2 Oportunidades | |
| 6.3 Fortalezas | |
| 6.4 Amenazas | |
| 7. Marco Legal | 15 |
| 8. Logo | 18 |
| 9. Estrategia competitiva | 19 |
| 10. Investigación de Mercados | 19 |
| 10.1 Objetivo | |
| 10.2 Segmentación | |
| 10.3 Metodología | |
| 10.4 Análisis concluyente | |
| 10.4 Plan de Marketing | |
| 11. Bibliografía | 24 |



1. INTRODUCCIÓN

Emoción extrema es una empresa dedicada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en la logística y creación de eventos, cumpliendo las expectativas de ellos siendo únicos e irrepetibles en nuestros servicios y dejando recuerdos agradables de los asistentes del evento.

Nuestro objetivo nace en ver las necesidades de las personas en asesoría, alquiler y logística en la realización de eventos:

Conciertos

Fiestas empresariales

Conferencias

Eventos corporativos

Lanzamientos de productos

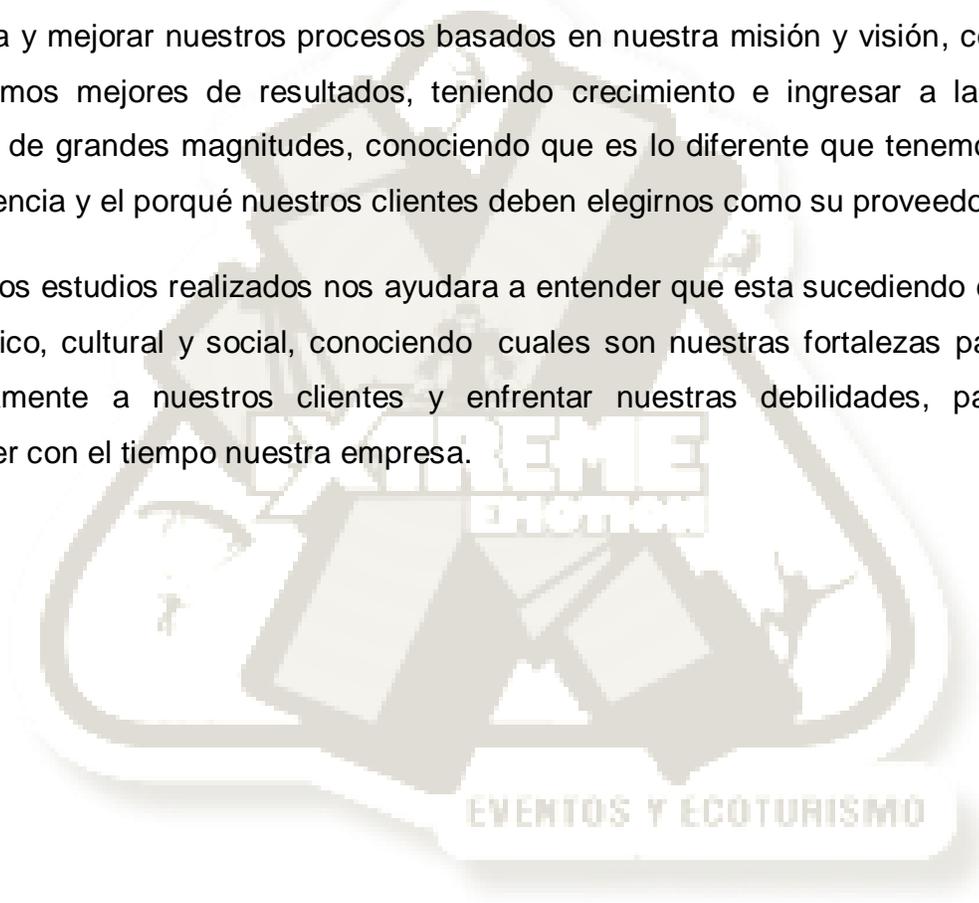
Conferencias

Con nuestra experiencia y nuestros valores realizaremos todo lo posible para que los eventos sean un ÉXITO.

2. JUSTIFICACION

El proyecto está desarrollado en iniciar con los tramites principales de creación empresa y mejorar nuestros procesos basados en nuestra misión y visión, con lo anterior buscaremos mejores de resultados, teniendo crecimiento e ingresar a la logística de eventos de grandes magnitudes, conociendo que es lo diferente que tenemos frente a la competencia y el porqué nuestros clientes deben elegirnos como su proveedor.

Los estudios realizados nos ayudara a entender que esta sucediendo en el entorno económico, cultural y social, conociendo cuales son nuestras fortalezas para utilizarlas correctamente a nuestros clientes y enfrentar nuestras debilidades, para iniciar a fortalecer con el tiempo nuestra empresa.



3. EMOCIÓN EXTREMA

Es una empresa unipersonal creada hace 10 años dedicada a atender las necesidades de sus clientes, nuestra empresa tiene 2 ramas, el ecoturismo con deportes extremos y reuniones sociales, fiestas infantiles, fiestas temáticas, cumpleaños, capacitaciones Y asambleas, logrando tener un pequeño reconocimiento en el sector de Funza y Mosquera supliendo las necesidades requeridas por los clientes,

3.1 MISIÓN

Somos una empresa comprometida en satisfacer a nuestros clientes a través de nuestro conocimiento y experiencia en la logística de eventos sociales y empresariales, garantizando el éxito de los mismos.

3.2 VISIÓN

Ser una empresa reconocida a nivel local y nacional, ampliando nuestros servicios para obtener un crecimiento y lograr satisfacer ampliar sus servicios para cubrir, conciertos, fiestas empresariales, conferencias, eventos corporativos, lanzamientos de productos, conferencias etc.

3.4 VALORES CORPORATIVOS

Emoción extrema es una compañía que se rige bajo las normas políticas de nuestro país y seguido de los valores que nos rige para ser mejores cada día .

Cumplimiento: Cumplir con lo ofrecido a los clientes, lo principal es tener a un cliente feliz.

Respeto: Siempre respetamos los derechos y la buena práctica del trabajo, dando un trato digno y tolerante.

Compromiso: Estamos comprometidos al 100% para cumplir con nuestros objetivos y satisfacer al cliente

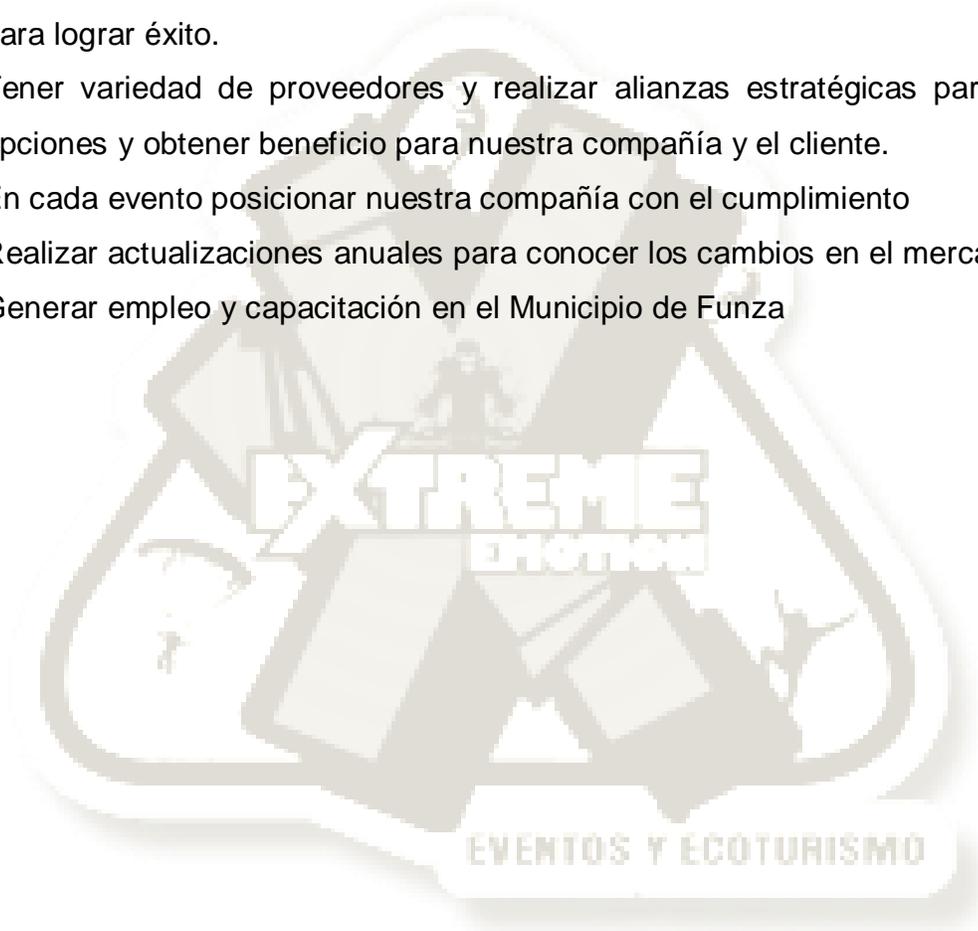
Trabajo en equipo, El personal de la empresa son profesionales y capacitados para obtener los mejores resultados en nuestros eventos con el trabajo colectivo del equipo.

3.5 OBJETIVO GENERAL

Crear una satisfacción grande a nuestros clientes con el servicio de organización de eventos con variedad, compromiso y respeto, buscando en cada evento dejando una huella y un excelente recuerdo a nuestros clientes.

3.6 Objetivos Específicos

- Clasificar cada evento e identificar la necesidad del cliente para focalizar y cumplir con lo solicitado por el cliente
- Guiar a los clientes con nuestro conocimiento mostrando variedad e innovación para lograr éxito.
- Tener variedad de proveedores y realizar alianzas estratégicas para tener opciones y obtener beneficio para nuestra compañía y el cliente.
- En cada evento posicionar nuestra compañía con el cumplimiento
- Realizar actualizaciones anuales para conocer los cambios en el mercado
- Generar empleo y capacitación en el Municipio de Funza



4. ANALISIS PEST

4.1. ANÁLISIS POLÍTICO:

La ley 528 del 2008 redujo el proceso a la sola inscripción ante la Cámara de Comercio y la obtención del NIT, logrando disminuir y simplificar los procesos, Confecámaras asegura que crear una empresa personal se está tardando entre dos y tres días y de 3 a 5 para personas jurídicas.

En la actualidad existen 42 Cámaras de Comercio y como objetivo es incorporar el restante de cámaras de comercio en el 2017 para garantizar en un 100% la cobertura en el territorio nacional, según información de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras).¹

4.2. ANÁLISIS ECONÓMICO:

Colombia ha buscado en volverse líder en organización de eventos internacionales y ha mejorado su imagen internacional para lograr su objetivo en gran magnitud, de hecho Colombia esta como el tercer país de Suramérica con mayor número de eventos realizados, y a Bogotá como la primera ciudad de este en aportar a esta cifra; le siguen Cartagena y Medellín, según el ranking del 2014,

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-colombia-es-mas-facil-crear-una-empresa-que-disolverla-503199>

Greater Bogotá Convention Bureau es la entidad encargada de impulsar la región como plaza ideal para congresos, convenciones o viajes de incentivos, según esta entidad, entre el 2010 y el 2014, una muestra representativa de esta realidad se ve reflejada en los 68.617 extranjeros que participaron de alguno de los congresos o convenciones que esta organización apoyó; y entre el 2015 y el 2018 ya está confirmada la llegada de 27.400 asistentes internacionales a este tipo de eventos, cifra que va en aumento.

Por este motivo ha logrado tener una unión estratégica afianzando a Bogotá como ciudad sede de congresos y convenciones, con las siguientes entidades Cotelco, Procolombia, la Cámara de Comercio de Bogotá y Greater Bogotá Convention Bureau

4.3. ANÁLISIS SOCIAL:

De acuerdo al informe del DANE de las empresas del sector del servicio en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período del año anterior, los mayores incrementos en los ingresos nominales se observan en nuestro sector inmobiliarias y alquileres.

EVENTOS Y ECOTURISMO



4.4. ANÁLISIS TECNOLÓGICO:

Con el pasar de los años la tecnología cada día está en la vanguardia y sus avances debe estar a la mano de nuestro sector, nosotros como empresas queremos impactar al cliente e invitados utilizando equipos acorde a sus avances, según un artículo del diario el Portafolio es una obligación emplear iluminación LED, pantallas digitales gigantes, códigos QR, tarjetas de visita electrónica y aplicaciones para teléfonos móviles, entre otros, en los certámenes que se organizan, ya sea la presentación o lanzamiento de un producto, congresos, foros o reuniones de una empresa.

<http://www.portafolio.co/tendencias/revolucion-tecnologica-transformo-eventos-corporativo-45598>

5 FUERZAS DE PORTER

5.1 Poder de negociación de los clientes:

Los clientes tiene un gran poder de negociación debido a la cantidad de competencia, variedad de precios y servicios, los cuales selecciona según su necesidad, pero podemos tomar una ventaja con relación a esto, buscando mayor comunicación con el cliente y ofreciendo mejores garantías.

5.2 Poder de negociación de los proveedores

Para nuestra empresa, las negociaciones con varios proveedores nos trae ventajas competitivas para realizar alianzas estratégicas, con bajos costos y altos estándares de calidad para tener variedad y un excelente servicios para nuestros clientes.

5.3 Rivalidad de los competidores

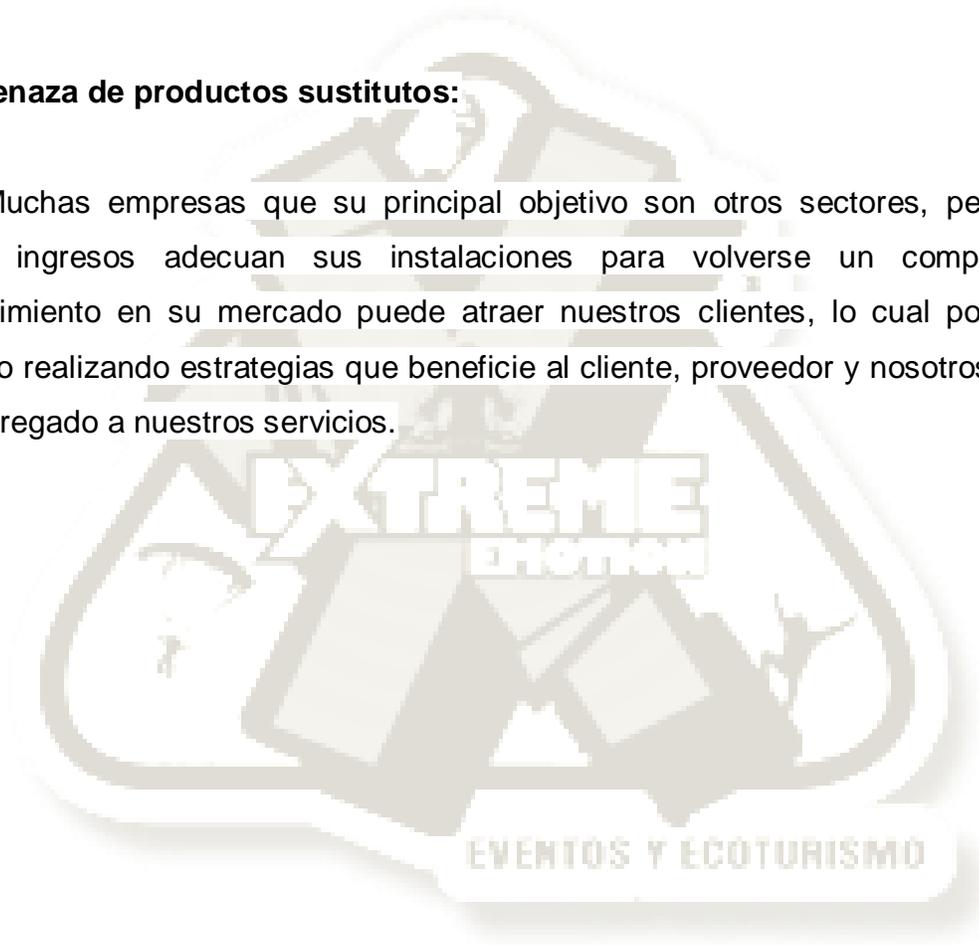
La competencia en el sector es demasiada, lo cual podemos tener sobre oferta del servicio y las ganancias sean menores en temporada baja, con una organización administrativa adecuada podemos tener un brazo financiero para soportar estas temporadas y tener mayor reconocimiento ante los clientes y competencia.

5.4 Amenaza de nuevos competidores

La facilidad de ingresar nuevos competidores al sector, es una amenaza debido a la inexperiencia, bajan los precios para ingresar al mercado afectando la industria, pero por ser nuevos pueden traer ideas innovadoras que podemos mejorar y adecuar con nuestra experiencia renovando nuestro portafolio

5.5 Amenaza de productos sustitutos:

Muchas empresas que su principal objetivo son otros sectores, pero al buscar nuevos ingresos adecuan sus instalaciones para volverse un competidor y su reconocimiento en su mercado puede atraer nuestros clientes, lo cual podemos tener beneficio realizando estrategias que beneficie al cliente, proveedor y nosotros, generando valor agregado a nuestros servicios.



6. Análisis DOFA

6.1 DEBILIDADES

Reconocimiento de la empresa

Falta de inversión para actualizar los equipos y herramientas

6.2 OPORTUNIDADES

Formar alianzas estratégicas con otras empresas del sector

Mercado potencial

6.3 FORTALEZAS

Personal profesional y calificado en esta rama.

Atención personalizada

Vehemencia por nuestra profesión y el cumplir con el objetivo del cliente

Debido a nuestra experiencia tenemos una base de datos para potencializar y buscarle soluciones a sus criterio

6.4 AMENAZAS

Nuevos competidores con tecnología avanzada

Avances tecnológicos de los equipos muy acelerados

7. MARCO LEGAL

Para la constitución de nuestra empresa el estado ha implementado políticas para incentivar a lo emprendedoras, empresarios, comerciantes de constituir empresa y generar empleos, la normal que nos rige es el artículo 38 (libertad de asociación), artículo 333 (la libertad económica).

A continuación nombro las leyes que incentivan el emprendimiento y podemos tener beneficios:

LA LEY 550 DE 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010.

LA LEY 789 DE 2002, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. Norma por la cual se crea el FONDO EMPRENDER (Art.40).

LA LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

LA LEY 1014 DE 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de

consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

El DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

El DECRETO 2175 DE 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP).

La SENTENCIA C-392 DE 2007 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

La SENTENCIA C-448 DE 2005 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.

El DECRETO 525 DE 2009 por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.

El DECRETO 1192 DE 2009, por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

CÓDIGO DE COMERCIO

El Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES (creado por la Ley 19 de 1958), es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

Código de Política Nacional 2017

Estas son unas leyes más relevantes para el emprendimiento y creación de empresas de la Política Nacional del Emprendimiento, para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, igualmente tendremos que verificar otras normas que aplican de manera concreta y habitual en la actividad económica de nuestro proyecto.²

<http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>

EVENTOS Y ECOTURISMO

8. LOGO

Nuestro logo quiere mostrar los servicios que prestamos, queremos que nuestros clientes sientan emoción con lo que logramos realizar en sus eventos, la X significa lo extremo en el sentir y va relacionado a los deportes de aventura, en su alrededor podemos observar las figuras con los deportes que ofrecemos y en el centro está la figura de un Disc Jockey va relacionado con los eventos sociales.



9. ESTRATEGIA COMPETITIVA

Nuestro primer objetivo va generado a los conjuntos residenciales en el sistema de Asambleas, implementando un programa sofisticado para tener control de las personas que asisten al evento sistematizado solo con su documento de identidad (cédula) y sistematizar el conteo de votaciones, con el celular personal podrá realizar este proceso, mejorando la eficacia, seguridad y agilizar el proceso

10. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

10.1 Objetivo

El objetivo de la investigación es conocer la satisfacción de nuestros clientes en nuestros servicios prestados durante el mes de febrero-marzo y buscar los comentarios de nuestros clientes en mejoras de nuestro servicio e ir captando mayor cantidad de eventos, cumpliendo todos los requerimientos y necesidades de nuestros clientes.

Queremos tener un reporte estadístico de las cotizaciones enviadas que tan efectivo fue, cuantas negociaciones se pactaron y la razón el porqué no fuimos seleccionados.

10.2 Segmentación

Nuestro primer objetivo va dirigido a los conjuntos residenciales, administradores, este año iniciamos cambiando la metodología en presentar nuestra empresa, conociendo la forma y las necesidades del primer trimestre de la propiedad.

10.2 Metodología

La metodología utilizada para aumentar las ventas fue presentar la propuesta de servicio en asamblea de los conjuntos residenciales de la zona de Funza y Mosquera en forma física, realizando seguimiento que los administradores conozca nuestros servicios, hasta obtener una respuesta ya sea positiva o negativa.

Con este primer punto iniciamos la base de datos de los conjuntos residenciales, buscando tener la mayor información posible.

Ejemplo de información que estamos recolectando.

| Conjunto Residencial | Administrador | Teléfono | Email |
|----------------------|---------------|----------|-------|
|----------------------|---------------|----------|-------|

| Horario de atención | Dirección | Municipio | Visitado |
|---------------------|-----------|-----------|----------|
|---------------------|-----------|-----------|----------|

Después de finalizar el servicio se implementará encuestas enviadas por correo electrónico a nuestros clientes. En este tipo de encuesta al encuestado se le confiere la responsabilidad de leer y contestar las preguntas.

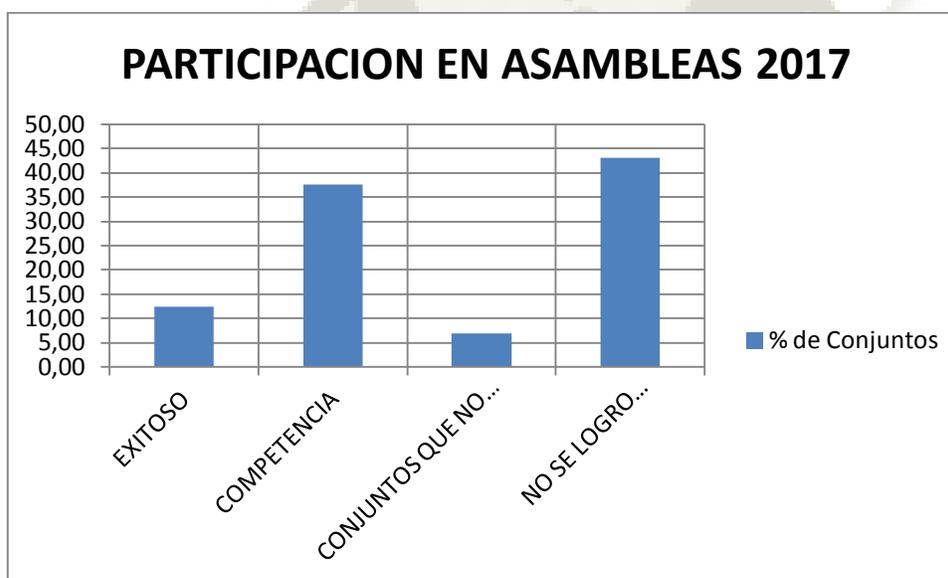
Las preguntas establecidas están estructuradas para obtener la mayor información de nuestros clientes (documento adjunto)

Se tomará de referencia la base de datos generada en el mes de febrero y marzo del presente año, de los servicios prestados a los conjuntos residenciales de los municipios de Funza y Mosquera de Cundinamarca.

A continuación se representa en grafica de las propuestas presentadas y los servicios prestados:

| ESTADO DEL EVENTO | N. de Conjuntos | % de Conjuntos |
|---|-----------------|----------------|
| EXITOSO | 18 | 12,33 |
| COMPETENCIA | 55 | 37,67 |
| CONJUNTOS QUE NO SOLICITAN SERVICIOS EN LAS ASAMBLEAS | 10 | 6,85 |
| NO SE LOGRO CONTACTAR AL ADMINISTRADOR | 63 | 43,15 |
| TOTAL | 146 | 100 |

Esta base de datos fue representada en la siguiente grafica:



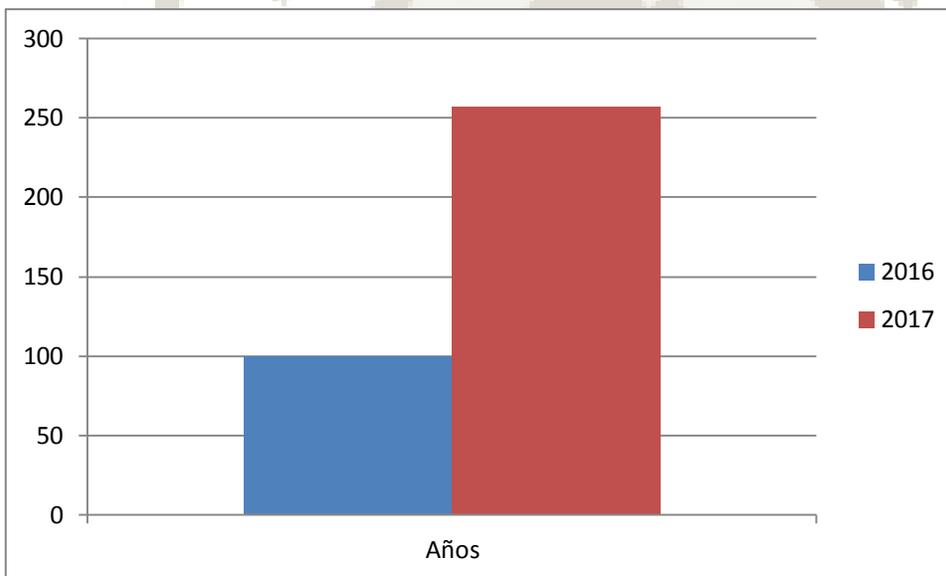
Aquí podemos evidenciar que tuvimos un 12% de participación en las asambleas organizadas en los municipios de Funza y Mosquera.

Es viable tener una mejor participación en el 2018, si logramos contactar a los administradores, mostrar nuestros servicios y el nuevo servicio que prestaremos para agilizar las votaciones, como objetivo tener mayor control y seguridad de este proceso.

Realizamos un comparativo de los eventos realizados en el 2016 vs el presente año y evidenciamos lo siguiente:

| Años | 2016 | 2017 |
|---|------|--------|
| Servicios Prestados con relacion de asambleas | 7 | 18 |
| Porcentaje de servicios prestados | 100 | 257,14 |

CRECIMIENTO DE EVENTOS ASAMBLEAS 2016-2017



Con esto podemos evidenciar las propuestas realizadas hicieron que nuestro negocio tuviera un crecimiento del 257% vs el año anterior, adicionando servicios a la logística y logrando buscar satisfacer mas las necesidades de nuestros clientes.

10.3 Análisis Concluyente

Podemos concluir que la propuesta presentada este año ha aumentado nuestras ventas y hemos tenido un reconocimiento en la zona de Funza y Mosquera, obteniendo el 12% del mercado de estos municipios, observando que debemos mejorar en realizar un mejor seguimiento a esos conjuntos que no fue posible tener información de los administradores y empezar a entregar propuestas a mediados de enero, porque evidenciamos que ya habían requerido de los servicios.

10.4 Plan de Marketing

En el nuevo sistema que estamos implementando, esta focalizado en mejorar y sofisticar el proceso de votaciones, obteniendo los resultados pronto y seguro, agilizando los procesos al concejo y el administrador, para el próximo año estaremos atacando este mercado, y lograr tener el 25% de participación y buscando mas negocios para este nicho de mercado.

11. BIBLIOGRAFIA

http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/7492_24607.pdf

<http://comunicandova.com/analisis-pest-i-analisis-externo-plan-de-marketing/>

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/colombia-destaca-bogota-quiere-lider-33296>

<http://www.andi.com.co/Documents/Balance2015/ANDI%20-%20Balance%202015%20y%20Perspectivas%202016.compressed.pdf>

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-colombia-es-mas-facil-crear-una-empresa-que-disolverla-503199>

<http://www.portafolio.co/tendencias/revolucion-tecnologica-transformo-eventos-corporativo-45598>

<http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>

<https://www.dnp.gov.co/programas/inversiones-y-finanzas-publicas/Paginas/marco-legal.aspx>

