

**PLAN DE EMPRESA
LOGEVENT S.A.S**

**Presentado por:
María Elisa Victoria Kuri**

**Trabajo de Grado para optar por el título de
Magister en Administración de Empresas**

**Director del trabajo de Grado:
Andres Felipe Otero**

**Universidad ICESI
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Santiago de Cali, 2014**

Tabla de Contenido

1. Resumen Ejecutivo	5
2. Síntesis Del Plan De Empresa	7
3. Análisis Del Sector	8
4. Análisis Del Mercado	10
4.1 Definición de los clientes:	10
4.2 Identificación de la competencia:.....	11
4.3 Tamaño del mercado global:	13
4.4 Tamaño de su mercado:.....	14
4.5 Definición del servicio:	14
5. Plan De Mercado	15
5.1 Estrategia de precio:	15
5.2 Estrategia de venta:	16
5.3 Estrategia promocional:.....	18
5.4 Estrategia de distribución:	19
5.5 Políticas de servicio:.....	20
5.6 Tácticas de venta:	20
6. Análisis Técnico	21
6.1 Análisis del servicio:	21
6.2 Facilidades:.....	24
6.3 Equipos y maquinaria:.....	25
6.4 Plan de producción:	26
6.5 Plan de consumo:	27
6.6 Plan de compras:	27
6.7 Sistemas de control:	29
7. Análisis Administrativo	29
7.1 Definición del grupo empresarial:.....	29
7.2 Definición de la estructura organizacional:.....	31
7.3 Definición del personal ejecutivo:.....	32
7.4 Definición del personal operativo:	33
7.5 Organizaciones de apoyo:	33
8. Análisis Legal	33

9.	Análisis Social	35
10.	Análisis Económico	35
10.1	Presupuesto de ingresos:.....	35
10.2	Presupuesto de materias primas e insumos:.....	36
10.3	Presupuesto de personal:.....	36
10.4	Inversión de activos fijos:.....	36
10.5	Inversión capital de trabajo:	37
10.6	Presupuesto de otros gastos:	37
10.7	Análisis de costos:	37
11.	Análisis Financiero	38
11.1	Flujo de caja:.....	38
11.2	Estado de resultados:	38
11.3	Balance general:.....	38
11.4	Estrategias financieras:	38
12.	Análisis De Riesgos	39
12.1	Condiciones del entorno:	39
12.2	Riesgos de mercado:	39
12.3	Riesgos técnicos:	39
12.4	Riesgos económicos:	40
12.5	Riesgos financieros:.....	40
13.	Evaluación Integral Del Proyecto	40
13.1	Flujo de caja totalmente neto:.....	40
13.2	Análisis de sensibilidad:	41
14.	Conclusiones	42
15.	Anexos	43

1. Resumen Ejecutivo

Logevent S.A.S es una empresa familiar de servicios, ubicada en la ciudad de Cali, especializada en la organización y producción de eventos empresariales, tales como: lanzamiento de productos, eventos corporativos, activaciones de marca, congresos, ferias, integraciones de personal, capacitaciones y reuniones con clientes, entre otros. La empresa ofrecerá tanto el servicio completo, que incluye desde la consecución del local, música, comida, personal de apoyo logístico, mobiliario, y alquiler de equipos; como también servicios parciales, es decir en donde solo se preste uno o algunos de los servicios mencionados anteriormente.

Logevent es una sociedad de 2 accionistas, cuyo mercado objetivo son las grandes empresas de la ciudad de Cali. La propuesta de valor de esta empresa es crear una experiencia de innovación en eventos únicos, a través de la conversión de las ideas de los clientes en momentos reales, con una relación costo beneficio favorable y atractiva. Todo esto a través de una asesoría, ayuda y acompañamiento personalizado durante el proceso de planeación, organización, producción y coordinación de los eventos.

Se contará inicialmente con un gerente general, un coordinador de eventos y un coordinador de ventas. A partir del segundo año de operaciones se espera poder contratar un asistente de gerencia, 2 asistentes para el coordinador de eventos y otros 2 asistentes para el coordinador de ventas. Para la parte legal y contable se contratara externamente un asesor jurídico y otro asesor contable; y para la parte de la página web también se subcontratar con un tercero para su montaje, soporte y actualizaciones.

La inversión inicial necesaria para la creación de la empresa está compuesta por \$35.000.000 que serían aportes de los accionistas y un préstamo bancario de \$10.000.000. La recuperación de esta inversión se tendría a partir del segundo año de estar en el mercado de acuerdo a las proyecciones de ventas que se proponen a lo largo del documento.

Logevent S.A.S is a family Service company, located in the city of Cali, specialized in the organization and production of business events such as: product launching, corporate events, Brand activation, conferences, exhibitions, personnel integration, trainings and client reunions. The company will offer the complete service that includes the place where the event will be made, music, food, logistic personnel, furniture and rent of equipment. Also a partial service that includes one or some of the services mentioned before can be offered.

Logevent is a 2 shareholders society, whose target market are big companies found and located in Cali. The value proposition of this company is to create an innovative experience for unique events, through the conversion of customer's ideas into real moments, with a positive and attractive cost benefit relationship. All of the previous through counseling, help and personalized support during the planning, organization, production and coordination of events.

The company will have at the beginning only with a General Manager, an event coordinator and a sales coordinator. After the second year of operations it is expected to hire an assistant manager, two assistants for the event coordinator and two other for the sales coordinator. For the legal and accountable part, an external legal counsel and another accounting adviser will be hired. For the website a third party will be subcontracted for the installation, support and upgrade of the same.

The initial investment needed for the creation of the company consists of \$35.000.000 pesos from the shareholders and a bank loan of \$10.000.000 pesos. According to sales projections proposed along this document, the recovery of this investment would be during the second year of operations.

Key Words:

Business Events, Logistics, Service, family company

Palabras Claves:

Eventos Empresariales, Logistica, Servicio, Negocio Familiar

2. Síntesis Del Plan De Empresa

Logevent S.A.S nace como una inversión familiar, que permitirá por una parte que uno de sus accionistas pueda poner a producir parte de su jubilación y que el otro accionista pueda desarrollar su motivación laboral que son los eventos logísticos. Inicialmente la empresa operará solamente en la ciudad de Cali puesto que es la ciudad donde ambos accionistas se encuentran viviendo, lo que facilitaría el control y supervisión del negocio.

La propuesta de valor de esta empresa es crear una experiencia de innovación en eventos únicos, a través de la conversión de las ideas de los clientes en momentos reales para recordar, con una relación costo beneficio favorable y atractiva. Todo esto a través de una asesoría, ayuda y acompañamiento personalizado durante el proceso de planeación, organización, producción y coordinación de sus eventos, permitiendo que los clientes disfruten del evento y se liberen de la carga y el estrés que conlleva la planeación y ejecución de los mismos. Es poder entender al cliente, sus necesidades y gustos y proponer ideas nuevas o llevar a cabo sus propuestas para convertirlas en un evento para nunca olvidar y que tenga el sello de cada empresa.

Los principales canales que se utilizarán para llegar a los clientes son las redes sociales/página web y las recomendaciones que esos clientes hagan a otros. También es de vital importancia un portafolio donde se puedan exhibir fotos de los eventos organizados, para que los clientes tengan un punto de referencia del trabajo que se realiza y lo que la empresa está en capacidad de hacer.

En cuanto a los socios estratégicos identificados, se encuentran los proveedores de utilería, menaje y equipos, a los propietarios de locales/casas de eventos, los clubes sociales, las casas de banquetes y restaurantes, y en general a todo el recurso humano como músicos y entretenimiento, meseros, chefs, y maestros de ceremonia, entre otros.

Este plan de empresa inicia con la realización de un análisis del sector de servicios en el cual operan los eventos logísticos y también un análisis del mercado para así poder llevar a cabo el desarrollo del plan de mercado donde se establecerán la estrategia de precios, de venta, de promoción y de distribución, así como la política de servicio y la táctica de ventas.

Posteriormente se realiza un análisis del producto en el que se revisa el producto como tal y sus facilidades, y se elaboran los planes de producción, consumo y compras. A partir de la definición anterior, se realiza un análisis administrativo para definir el grupo empresarial y la estructura organizacional, y pasar al análisis legal donde se establecerá el tipo de sociedad y las leyes que darán las pautas para esta propuesta de negocio.

Llegando a la parte final de este documento, se podrá encontrar todo el análisis y desarrollo financiero y de costos, que inicia con un análisis económico en el que se realiza la revisión de los presupuestos de ingresos, de materia prima e insumos, del personal, y las inversiones de activos fijos y de capital de trabajo (costos en general). Dándole paso así, a la revisión y análisis del flujo de caja, el estado de resultados y el balance general, para lograr finalmente realizar la evolución final del proyecto.

3. Análisis Del Sector

La organización y producción de eventos está incluido en el sector terciario que corresponde al de servicios. De acuerdo a definición de la Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República *“Este incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía”*.

Para la parte de eventos sociales y empresariales, se podría dividir en 2 grupos las empresas que ofrecen sus servicios para este sector. En el primer grupo están las empresas que se dedican al alquiler de sillas, mesas, carpas, y sonido, al igual que las floristerías, los clubes y casas de banquetes. Este grupo de empresas por lo general son la mayoría de las empresas que se encuentran en el mercado y por lo general son proveedores del segundo grupo de empresas que son las que se dedican específicamente a realizar los eventos sociales y empresariales, y las cuales son la competencia directa para Logevent.

Para la ciudad de Cali se encuentran para el segundo grupo, empresas como: Cali Eventos, Tarragona Eventos, Grupo Empresarial Picardías, Banano Producciones, Eventos y Publicidad, Grupo Comercial Plataforma, Orbit Eventos y Escala Eventos y Producciones, entre otros.

Actualmente en Cali se encuentran registradas ante la Cámara de Comercio, 5,525 empresas, de las cuales 258 están catalogadas como grandes según listado de la Cámara de Comercio de Cali (2013), y son las que harían parte del mercado total para los servicios que presta Logevent. Se escogió este segmento como target, ya que son las empresas que tienen no solo mayor número de empleados sino que también tienen activos totales superiores a 30,000 SMMLV de acuerdo a lo estipulado en el Artículo 2° de la Ley 590 de 2000 y modificado por el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, lo que representa que tienen buenos ingresos, pero además por el número de eventos que realizan por año, que estén más interesados y con mayor capacidad económica de contratar a terceros para que les ayuden en la organización de sus eventos.

Entre Cali, Yumbo y Jamundí se encontraron registradas alrededor de 855 empresas con capital extranjero para el 2013, 880 en el 2012 y 797 en el 2011. Adicionalmente es importante resaltar que Cali es una ciudad muy importante para sectores como el azucarero, alimenticio y farmacéutico. En esta ciudad están ubicadas grandes e importantes empresas como Mondelez, Ingenio Manuelita, Colgate, Lafrancol, Tecnoquimicas, y J&J, entre otras; que estarían interesadas en adquirir los servicios de organización y producción de eventos. Adicionalmente la tendencia actual es subcontratar con terceros no solo servicios sino también áreas de la empresa, por lo que resultaría importante poder contar con un proveedor para los servicios de logística de eventos a unos costos asequibles y atractivos, y con el menor esfuerzo y desgaste posible.

Por otra parte, al realizar un sondeo con 12 empresas de la ciudad escogidas aleatoriamente y a las que se les realizó entrevistas a profundidad, se logró identificar que por lo menos una vez al mes y en promedio 4 veces/mes, las empresas realizan eventos para sus empleados y/o especialmente para sus clientes (lanzamientos de productos). Adicionalmente se podría decir que el 50% de las empresas están contratando a terceros para que les ayuden con la organización de dichos eventos y el otro 50% todavía los organiza con su personal interno (departamentos de mercadeo, compras y/o Recursos Humanos). A partir de esto la estrategia de venta podría estar orientada a 2 partes: una para la captación de participación del mercado que maneja el portafolio de eventos actual de las empresas que han tercerizado estos servicios, y la otra parte, para “conquistar” el mercado que todavía está sin tocar, y que representa a las empresas que siguen utilizando sus recursos internos para la organización de los eventos.

Aunque la amenaza de entrada de nuevos competidores es grande ya que es un sector con mucha movilidad, pocas barreras de entrada (es fácil que las empresas entren a ofertar, sin embargo lograr tener contacto y aprobación de las personas de mercadeo, puede no ser tan fácil), y espacio para nuevos competidores; es muy importante que Logevent se concentre en la innovación (estando a la vanguardia de las tendencias del mercado), el servicio personalizado y un fuerte trabajo en la fidelización de los clientes. De esta forma aunque existan más empresas de logística, Logevent pueda ser siempre la primera opción.

Finalmente es muy importante resaltar que las relaciones que se quieren construir con los clientes son relaciones de confianza y compromiso, mediante las cuales puedan darnos la responsabilidad de sus eventos y quedar tranquilos en que todo va a salir bien ya que creen en nuestro trabajo. Se quiere también, tener una relación de respeto por las ideas del cliente para poder entender lo que de verdad quiere y piensa. Por último, deben ser unas relaciones duraderas y de largo plazo, ya que si el primer evento que se le haga a un cliente le gusta y queda satisfecho, va a querer que se le sigan organizando otros eventos y va a recomendar los servicios a otros clientes.

4. Análisis Del Mercado

4.1 Definición de los clientes: Los clientes que se han identificado son las grandes empresas ubicadas en la ciudad de Cali. Se escogieron este tipo de empresas pues son las que tienen activos totales superiores a 30,000 SMMLV y más de 200 empleados de acuerdo a lo estipulado en el Artículo 2º de la Ley 590 de 2000 y modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004. No solo son las empresas con mayores ingresos, sino las que realizan mayor número de eventos por año. De acuerdo a las entrevistas a profundidad se encontró que las grandes empresas realizan en promedio 4 eventos por año y la de consumo masivo pueden hacer hasta 2 eventos por semana. Esto representa que son empresas que están más interesadas en realizar eventos y que por su tamaño necesitan la ayuda de un tercero para coordinar toda la logística (que no es el “core” de su negocio). En su mayoría son empresas multinacionales que tienen a nivel corporativo una mayor costumbre para realizar eventos de mercadeo, para sus clientes y empleados, capacitaciones, seminarios y convenciones, entre

otros. Al acotar a la ciudad de Cali el segmento, la idea es poder prestar el servicio a las empresas de los sectores de comercio y servicios.

Al revisar al interior de las empresas, se encontraron 3 áreas principales que se encargan de tomar las decisiones de que proveedores contratar para la organización de eventos, que presupuesto usar y la frecuencia de la contratación. Estas tres áreas son: Recursos Humanos, Compras y Mercadeo. Por lo general el área de compras es quien se encarga de toda la negociación o cierre de la misma, pero las necesidades para este servicio nacen principalmente de recursos humanos y de mercadeo. La frecuencia de realización de eventos varía al tipo de negocio, pues para el caso de las empresas de consumo masivo los eventos son semanales (incluyen lanzamientos de productos, reactivación de marcas, congresos, reuniones con clientes, entre otros), y en las empresas como las financieras o industriales, los eventos son en su mayoría mensuales y que son de reuniones con clientes y capacitaciones. El número de eventos y el tamaño de los mismos dependen de la industria/sector.

4.2 Identificación de la competencia: Dentro de la competencia para este tipo de servicio encontramos a las empresas Cali Eventos, Tarragona Eventos, Grupo Empresarial Picardías, Banano Producciones, Eventos y Publicidad, Grupo Comercial Plataforma, Orbit Eventos y Escala Eventos y Producciones. Es un modelo de negocio que apenas está comenzando a tomar fuerza, ya que anteriormente internamente los empleados de la empresa se encargaban de organizar los diferentes eventos que se fueran presentando. Por lo general las áreas encargadas a la hora de organizar un evento han sido recursos humanos y mercadeo, pues son los que mayor contacto e involucramiento tienen con los clientes (externos e internos).

De las empresas mencionadas anteriormente, las más grandes y conocidas son Orbit Eventos (que actualmente trabaja con empresas como Baxter, Tecnoquimicas, Colombina, Ingenio Mayagüez, J&J, Promedico, Carvajal y Coomeva, entre otros; y que es reconocida por sus contactos y amplio portafolio que no solo se encarga de la parte de la logística sino que también tiene para la parte empresarial toda la parte de stands y BTL), Cali Eventos (que es una empresa que lleva 20 años en el mercado y cuenta con sus propios locales para realizar los eventos), y el Grupo Empresarial Picardías (que es una empresa que tiene sedes en

Bogotá, Cali y Medellín y además funciona bajo la modalidad de franquicias tanto para los almacenes donde venden los accesorios de decoración, como la marca y know-how para la organización de eventos como tal).

Otra posible competencia son los empresarios que organizan conciertos y eventos públicos, como tipo agencias. También los clubes, empresas que alquilan equipos o casas de banquetes, que aunque su target no son precisamente los eventos empresariales, al organizar eventos a personas naturales adquieren conocimientos y experiencia para organizar eventos con gran número de personas. Sin embargo estas últimas empresas también se pueden considerar más como aliados o proveedores dependiendo del tamaño del evento a organizar.

Las tendencias actuales apuntan a que las empresas se dediquen a lo que es el “core” del negocio (su razón de ser) y los servicios como los de organización de eventos los subcontratan. Por esto, el negocio de la logística de eventos cada día tiene mayor acogida. El punto clave está en poder diferenciarse de las empresas ya existentes. A continuación se presenta un resumen de las fortalezas de cada empresa y los aspectos que hacen que las empresas existentes se diferencien unas de otras. Esto es de vital importancia al momento de definir la estrategia de Logevent.

Tabla 1:

Empresa	Fortalezas
Orbit Eventos	<ul style="list-style-type: none"> - Trabaja con multinacionales - Buenos contactos - Amplio portafolio (logística, BTL)
Cali Eventos	<ul style="list-style-type: none"> - Años de experiencia en el mercado - Locales propios
Grupo Empresarial Picardías	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de sedes - Modalidad Franquicias

Al revisar la operación de algunas de las empresas que ya existen en el mercado y que se mencionaron previamente, se logró observar que estas empresas no están especializadas en 1 o 2 tipos de eventos, sino que ofrecen desde eventos empresariales hasta matrimonios y fiestas de 15. Esta diversificación permite que el negocio tenga más fuentes de ingreso

(sostenibilidad), sin embargo también limita las opciones de innovación pues se debe estar pendiente de poder cumplir con todos los eventos. En la mayoría de los casos esta diversificación se ha debido a que a través de los clientes, estas empresas han sido referenciadas a otros clientes, que solicitan nuevos tipos de eventos a los ya prestados, obteniendo así, una ampliación del portafolio. Para el caso de Logevent, el estar especializado solo en eventos empresariales, se considera como una oportunidad y fortaleza, pues ve a permitir conocer y aprender más del tipo de cliente. Tener más experiencia en ese determinado evento y poder concentrarse en desarrollar las ideas del cliente en vez de estar pensando solo en la logística (al estar especializado, la parte de la logística queda como un procedimiento de rutina y se puede concentrar en los detalles específicos que solicite el cliente). Adicionalmente se quiere que con esta especialización, el cliente cuando piense en eventos empresariales piense siempre en Logevent pues sea un punto de referencia.

4.3 Tamaño del mercado global: Tomando el mercado global como todas las empresas que encontramos en Cali, estaríamos hablando de 5,525 empresas en total (aquí están incluidas todas las empresas legalmente constituidas ante la Cámara de Comercio), que representan un total de activos de \$ 73,873 billones de pesos.

Actualmente Colombia es un país que está atrayendo gran inversión extranjera (en el 2013 la inversión extranjera según el Ministerio de Comercio fue de 16.800 millones de dólares) y muchas empresas multinacionales han venido a instalarse en el país, tales como Jumbo, Price Mart, Olmué, y Corp Banca, entre otras. Esto representa una oportunidad para el negocio, pues son empresas en su mayoría grandes que tienen estructuras robustas y que organizan eventos empresariales como lanzamiento de productos, convenciones, capacitaciones, eventos con clientes/proveedores, entre otros. Adicionalmente en Colombia se consigue un buen surtido no solo para decoración sino accesorios para hacer eventos temáticos. A nivel general, Colombia es un mercado económicamente estable, bastante globalizado y que ha adoptado muchos patrones de consumo tipo americano (donde la variedad, el surtido y las opciones para escoger son relevantes).

4.4 Tamaño de su mercado: Para acotar el mercado, en un principio se ha decidido tomar como segmento objetivo las empresas grandes ubicadas en la ciudad de Cali, pues es la ciudad en la cual los socios accionistas viven y tienen contactos con proveedores, empresarios y clientes. Es decir que de las 5,525 empresas totales que hay en Cali, estaríamos tomando como segmento y target solo 258 que son las que están inscritas como grandes empresas y que representan un total de activos de \$ 67,883 billones de pesos. Aunque estas 258 empresas solo representan el 5% del total de empresas ubicadas en Cali, en total de activos representan el 92%. Adicionalmente al realizar las entrevistas de profundidad con estas empresas, se pudo identificar que en promedio las grandes empresas realizan entre 48-50 eventos al año, lo que crea un mercado de aproximadamente 12,500 eventos anuales. Aunque no hemos delimitado a ninguna actividad económica, somos conscientes que las empresas que pueden utilizar con mayor frecuencia la organización de eventos empresariales, de acuerdo a la entrevista de profundidad, son las empresas de consumo masivo, ya que son las que están más expuestas a lanzamientos de productos, activaciones de marca y promoción de productos, y son las que por su estrategia de mercadeo necesitan tener más visibilidad ante sus clientes y los eventos son el medio para esto.

4.5 Definición del servicio: El servicio que la empresa ofrecerá es el de organización y producción de eventos empresariales, dentro de los cuales encontramos eventos tales como por ejemplo: Lanzamiento de productos, eventos corporativos, activaciones de marca, congresos, ferias, integraciones de personal, capacitaciones y reuniones con clientes.

Según las necesidades del cliente, el servicio puede ser completo e incluir todos los detalles posibles (desde presupuesto, contrataciones de lugar, ambientación, recreación, etc.) o puede incluir solo algunas partes de la organización del evento (por ejemplo el lugar y música, pero no incluir comida ni entretenimiento).

Nuestros clientes objetivos son las grandes empresas, ya que son las empresas con mayor número de empleados y que tienen mayor presupuesto destinado para la organización de eventos. Adicionalmente la tendencia a nivel mundial es comenzar a subcontratar los

servicios que no hacen parte del “core” del negocio, y es justo en este punto donde Logevent sería un aliado estratégico.

La idea con este plan de empresa es poder suplir la necesidad de los clientes al momento de tener que organizar un evento, y no tengan ni el tiempo ni la experiencia para hacerlo. Queremos facilitarle la logística y que todo lo que ha imaginado de cómo quiere que sea su evento y que además represente a la empresa, pueda ser plasmado a través del evento. La producción, organización y logística de un evento, marcan una pauta importante para las empresas que desarrollan eventos, pues a través de esto se pueden conseguir objetivos propuestos.

La organización de eventos empresariales incluye todo el proceso de diseño, planificación, ejecución y producción de una cadena de operaciones que permiten obtener como resultado una fiesta, un congreso, un lanzamiento de un producto, un seminario, etc.

Aunque es un servicio para el que actualmente en Cali no tiene mucha competencia, y es una industria que está tendiendo a desarrollarse muchísimo, se presenta una gran amenaza no solo por la competencia que pueda comenzar a nacer por la acogida que está teniendo el negocio, sino que el éxito de la empresa va a depender de la experiencia que se logre obtener y las recomendaciones de los clientes que van contratando los servicios.

5. Plan De Mercado

5.1 Estrategia de precio: Con base a los precios de la competencia se establecerá el precio que ofrecerá Logevent, de tal forma que permita adicionalmente tener en promedio un margen de contribución unitario del 30-35%. El pago estaría dividido en 2 cuotas, 50% al momento de contratar el servicio (como pago anticipado) y el 50% restante el día del evento. Esto sería para el primer año de la empresa estar funcionando, y después del primer año, la idea es poder ofrecerles a los clientes 30 días de crédito después de realizado el evento para el 50% final.

Teniendo en cuenta lo anterior, los precios establecidos para los diferentes paquetes que se ofrecerán se encuentran en la siguiente tabla.

Tabla 2:

Descripción Evento	Valor (\$)
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	8,000,000
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	14,000,000
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	18,000,000
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) -50 pers.	4,800,000
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) -100 pers.	10,000,000

Fuente: Cálculos propios

5.2 Estrategia de venta: Inicialmente la empresa operará solamente en la ciudad de Cali y la estrategia de venta a utilizar para lograr los volúmenes de venta deseados esta principalmente en visitar a las empresas grandes de Cali y ofrecerles los servicios que se tienen. Para esto se cuenta con el soporte de un portafolio en el que los clientes pueden ver fotos de eventos realizados hasta la fecha y las empresas con las cuales se ha trabajado para que tengan referencias sobre el servicio que se presta, de las ideas y trabajo innovador con el que se cuenta y así lograr llamar su atención e interés.

Al llegar al cliente, es muy importante hacerles entender que la idea de la empresa es poder primero entender sus ideas y lo que quiere, para así hacer realidad lo que está en su imaginación. Se quiere además que el cliente vea a Logevent como la empresa que le ayude a liberarse de las tareas operativas y la preocupación de que todo salga bien.

Los clientes iniciales son las empresas grandes de la ciudad, sobre todo aquellas en las que se tiene desde ya algún tipo de contacto interno que facilite conseguir una cita con las personas de mercadeo, recursos humanos, compras y/o el área encargada de la organización de eventos. Entre los clientes iniciales que se contactarían estarían empresas como: Tecnoquimicas, Lafrancol, Mondelez (antiguo Cadbury Adams), Colombina, Reckitt Benckiser, Smurfit Cartón de Colombia, Colgate Palmolive, Laboratorios Baxter, CIAT,

Johnson & Johnson, Ingenio Manuelita, Grupo Bancolombia, Banco de Occidente, y Carvajal, entre otras.

Los clientes que recibirían mayor esfuerzo serían inicialmente los mencionados anteriormente pues al tener una persona de contacto al interior de la empresa facilita el poder realizar la presentación de los servicios que Logevent ofrece. En el cuadro a continuación se presenta la proyección de eventos que se esperaría vender anualmente. Para revisar el detalle mensualmente durante los dos primeros años se puede encontrar en Anexo No.15.1.

Tabla 3:

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2,015	2,016	2017	2018
Mercado Total (Uds)	12,500	13,700	15,070	16,577
Volumen Estimado de Ventas	37	49	54	62
Fracción de Mercado	0.30%	0.36%	0.36%	0.37%
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	12	13	14	16
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	8	13	14	16
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	4	9	10	11
Evento Parcial 1 (salón 1+meseros+comida) -50 pers.	12	11	12	14
Evento Parcial 2 (salón 2+meseros+comida) -100 pers.	1	3	3	4

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2015	2016	2017	2018
Volumen estimado de ventas				
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	96,000,000	110,240,000	122,408,000	140,769,200
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	112,000,000	192,920,000	214,214,000	246,346,100
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	72,000,000	171,720,000	190,674,000	219,275,100
Evento Parcial 1 (salón 1+meseros+comida) -50 pers.	57,600,000	55,968,000	62,145,600	71,467,440
Evento Parcial 2 (salón 2+meseros+comida) -100 pers.	10,000,000	31,800,000	35,310,000	40,606,500
Valor total de ventas (\$)	347,600,000	562,648,000	624,751,600	718,464,340
IVA o Impuesto al Consumo	55,616,000	90,023,680	99,960,256	114,954,294
Anticipo Retefuente	20,856,000	33,758,880	37,485,096	43,107,860
Autorretenciones CREE	1,042,800	1,687,944	1,874,255	2,155,393
Total ventas con IVA	403,216,000	652,671,680	724,711,856	833,418,634
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	347,600,000	562,648,000	624,751,600	718,464,340
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	-	-	-	-
Ingresos por ventas de Contado	382,360,000	618,912,800	687,226,760	790,310,774
Recuperación de Cartera	-	-	-	-
Ingresos Efectivos	382,360,000	618,912,800	687,226,760	790,310,774
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-

Fuente: Cálculos propios

Para clientes adicionales y futuros se cuenta con una base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Cali, en la cual se encuentra el listado de las grandes empresas de la ciudad, y la estrategia sería contactarlas y exponerles los servicios que Logevent ofrece. Adicionalmente se espera que a medida que los eventos se vayan realizando, los mismos clientes comiencen a recomendarnos. Por otra parte se va a tener un perfil en Facebook y una página web que permita que los clientes potenciales tengan un primer acercamiento con la empresa y además consigan los datos de contacto para poder organizar citas para la ampliación de detalles del portafolio.

Para realizar y llevar a cabo la estrategia de ventas, se cuenta inicialmente con un coordinador de ventas que es el encargado de hacer contacto con los clientes. A partir del año 2017 se espera tener un asistente para el coordinador de ventas y para el 2018 un segundo asistente.

La propuesta de valor que se presenta a los clientes es un servicio que permite crear una experiencia de innovación a través de la transformación de las ideas de los clientes en realidad al momento de realizar sus eventos empresariales como los lanzamientos de productos, las activaciones de marca, congresos y capacitaciones, ferias y exhibiciones, integraciones de personal, y reuniones con clientes. El cliente al momento de realizar el acercamiento comercial, expresa lo que desea y espera del evento, que detalles especiales le gustaría, que requerimientos específicos necesita y a partir de esto Logevent realiza la propuesta comercial. Si el cliente decide contratar alguno de los servicios la estrategia de ventas a emplear se basa en la asesoría, ayuda y acompañamiento personalizado durante el proceso de planeación, organización, producción y coordinación del evento.

5.3 Estrategia promocional: El nombre de la empresa se definió como Logevent y lo que significa es Logística de Eventos.

Entre los mecanismos y medios para llevar el producto a la atención de los clientes potenciales esta principal e inicialmente la página web que se creará y un perfil en Facebook. Se ha escogido una estrategia en Internet pues es el medio donde actualmente las empresas están teniendo mayor contacto, y que se alinea con las estrategias que hacen las empresas de

consumo masivo entre sus clientes y gerentes de mercadeo y de compras. Actualmente la mayoría de las empresas de consumo masivo tienen perfiles en Facebook tanto para sus empresas como para sus líneas de producto, pues es el medio en el que diariamente miles de personas ingresan. La página web se escogió pues permite incluir todos los detalles de los servicios que se ofrecen, descripción de la empresa y datos de contacto, es el primer acercamiento que se tiene con el cliente. Se decidió incluir también en la estrategia promocional, ya que las grandes empresas especialmente las de consumo masivo, tienen en este medio su propio perfil, lo que permitiría realizar un acercamiento inicial por Internet con los clientes potenciales. Además del contacto con los empleados de los clientes potenciales que a partir del perfil en Facebook puedan conocer la empresa y solicitar las citas futuras.

La otra parte de la promoción incluye las visitas a clientes potenciales y actuales para ofrecer directamente los servicios. También se espera que a través de los proveedores con los que se trabaja, ellos recomienden los servicios de Logevent a sus clientes directos, de tal forma que los clientes puedan recibir un servicio más completo pero igual continúen contratando a través de Logevent a esos proveedores.

5.4 Estrategia de distribución: La estrategia de distribución de Logevent, por tratarse de una empresa de servicios, constará de unos canales de distribución compuestos por los agentes de ventas y todo el despliegue/revisión en internet (página web, perfil Facebook). La estrategia de distribución será exclusiva y directa a través de la empresa. Los costos de la estrategia de distribución se pueden encontrar detallados en el Anexo No. 15.4 (técnico gastos), donde se incluye no solo los costos de desarrollo de la página web sino también la publicidad como tal. Adicional a la promoción realizada por los agentes de ventas, el manejo y administración del perfil de Facebook estará a cargo por uno de los accionistas. Esta persona estará encargada de actualizar el perfil, los estados y además compartir las fotos de los eventos realizados. Es importante resaltar que el perfil creado en Facebook no es el de una persona como tal, sino de las páginas de interés. Esto permite que no se tengan que aceptar los usuarios/"amigos" sino que las personas que deseen seguir a Logevent solo deben dar "like" y así quedarán automáticamente conectadas.

5.5 Políticas de servicio: Para la parte de las políticas de servicio de logevent, se tomará como entregado un servicio cuando se logra realizar el evento como tal. Para la parte del pago, el cliente debe realizar un anticipo del 50% al momento de contratar el servicio y el 50% restante el día del evento, de esta forma se logra cumplir con los pagos a proveedores, que por lo general son también pagos anticipados. En caso que el evento tenga que ser cancelado antes de la fecha de su realización (mínimo hasta una semana antes del evento), se tendrá una penalidad del 50% inicial anticipado (es decir que este valor no será regresado). Pero se le aceptara al cliente que no pague el 50% pendiente.

5.6 Tácticas de venta: La fuerza de ventas de Logevent será 100% propia, e inicialmente solo contara con un coordinador de ventas que estará encargado de montar, implementar y ejecutar la estrategia de ventas. A partir del año 2017 se incorporaría un asistente de ventas y para el 2018 un segundo asistente de ventas. El costo de la fuerza de ventas se detalla en la tabla 4.

Tabla 4:

CARGOS Y CONCEPTOS	2,015	2,016	2,017	2,018
Coordinador de ventas				
Salario básico mensual	1,000,000	1,000,000	1,040,000	1,081,600
Meses trabajados	12	12	12	12
Salario anual	12,000,000	12,000,000	12,480,000	12,979,200
Total prestaciones sociales	2,620,000	2,620,000	2,724,800	2,833,792
Total Aportes Parafiscales	480,000	480,000	499,200	519,168
Total Seguridad social	2,522,640	2,522,640	2,623,546	2,728,487
Total Carga prestacional	5,622,640	5,622,640	5,847,546	6,081,447
Neto a pagar en el año	17,622,640	17,622,640	18,327,546	19,060,647
Asistente Coordinador de ventas 1				
Salario básico mensual	660,000	660,000	686,400	713,856
Meses trabajados	-	-	12	12
Salario anual	-	-	8,236,800	8,566,272
Total prestaciones sociales	-	-	1,798,368	1,870,303
Total Aportes Parafiscales	-	-	329,472	342,651
Total Seguridad social	-	-	1,731,540	1,800,802
Total Carga prestacional	-	-	3,859,380	4,013,755
Neto a pagar en el año	-	-	12,096,180	12,580,027
Asistente Coordinador de ventas 2				
Salario básico mensual	660,000	660,000	686,400	713,856
Meses trabajados	-	-	-	12
Salario anual	-	-	-	8,566,272
Total prestaciones sociales	-	-	-	1,870,303
Total Aportes Parafiscales	-	-	-	342,651
Total Seguridad social	-	-	-	1,800,802
Total Carga prestacional	-	-	-	4,013,755
Neto a pagar en el año	-	-	-	12,580,027

Fuente: Cálculos propios

6. Análisis Técnico

Para el servicio de logística de eventos no se requieren equipos sofisticados ni una inversión grande, pues toda la parte de equipos, menaje y utensilios los ponen los proveedores. Es por esto que los proveedores son unos aliados estratégicos y vitales para el desarrollo del negocio. Durante el último trimestre del 2014 se tiene programado realizar los acercamientos con los proveedores y terminar los detalles de la constitución de la sociedad, de tal forma que a partir de Enero de 2015 se puedan iniciar las ventas.

6.1 Análisis del servicio: El producto que ofrece Logevent es el servicio de organización y producción de eventos empresariales, para grandes empresas. Este servicio consiste en contactar y contratar a los proveedores indicados para poder ejecutar el evento, coordinar que cada detalle se cumpla en el lugar y hora indicada, estar pendiente durante el evento como tal, para que todo no solo funcione y sino que también se pueda reaccionar en caso que algo llegue a ocurrir.

Inicialmente la empresa va a ofrecer dos tipos de servicios: uno que se cataloga como el “completo” pues es el paquete que ofrece el salón, música y sonido, meseros, comida, menaje, tarjetas de invitación y seguridad. El segundo tipo se conoce como “parcial” pues no incluye ni música ni sonido.

Adicionalmente, dentro de estos dos tipos de eventos, los servicios se subdividen en cinco ofertas dependiendo del número de personas por evento y del salón que se escoja:

- Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1
- Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2
- Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3
- Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 personas
- Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 personas

Para el montaje y despliegue como tal de la empresa, solo se necesitaría conseguir los computadores, celular/teléfono para comunicarse con los clientes y una oficina alquilada que permita recibir visitas de proveedores/clientes cuando se requiera. A continuación se presenta

Teniendo en cuenta el diagrama de flujo anterior y los diferentes tipos de servicios que se prestan, los insumos (materiales/servicios) que se necesitarían y que se incluyen en los paquetes que se venden.

Tabla 5:

Descripción Producto	Valor Producto (\$)	Implicaciones tributarias
		IVA o Consumo
Hora de Músico	250,000	16%
Hora de Sonido	180,000	16%
Hora de mesero	15,000	16%
Hora de salón tipo 1	200,000	16%
Hora de salón tipo 2	600,000	16%
Hora de salón tipo 3	800,000	16%
Mesa 10 puestos x día	10,000	16%
Asiento x día	1,000	16%
Menaje por persona x día	6,000	16%
Plato comida por persona (pasabocas)	5,000	16%
Plato comida por persona (buffet)	12,000	16%
Tarjeta de invitación	300	16%
Hora de seguridad	50,000	16%
Hora de transporte	50,000	16%

Fuente: Cálculos propios

Teniendo en cuenta la dinámica cambiante del negocio de logística de eventos y que las tendencias del mercado cambian diariamente, se ha definido tener 3 proveedores por cada servicio contratado (músicos, menaje, sonido, salones, etc.), de tal forma que se tenga variedad y se puedan ir rotando. La idea es que cada vez que se tenga un evento, se pueda cotizar con cada uno de estos 3 proveedores para cada servicio, y así poder obtener no solo los mejores costos sino variedad y atenciones especiales que los clientes soliciten.

En cuanto a los consumos unitarios de materias primas, insumos, y servicios, Para conocer el detalle de los presupuestos de consumo de componentes y de materiales/insumos para los primeros doce meses del 2015 y los años 2016 al 2018, por favor remitirse al Anexo No. 15.2. el detalle se presenta a continuación en la tabla 6.

Para conocer el detalle de los presupuestos de consumo de componentes y de materiales/insumos para los primeros doce meses del 2015 y los años 2016 al 2018, por favor remitirse al Anexo No. 15.2.

Tabla 6:

	Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	Costo 2015 (\$/Unid)	Costo 2016 (\$/Unid)	Costo 2017 (\$/Unid)	Costo 2018 (\$/Unid)
Hora de Música	6.00	6.00	6.00	-	-	250,000	260,000	270,400	281,216
Hora de Sonido	6.00	6.00	6.00	-	-	180,000	187,200	194,688	202,476
Hora de mesero	12.00	24.00	36.00	12.00	24.00	15,000	15,600	16,224	16,873
Hora de salón tipo 1	6.00	-	-	6.00	-	200,000	208,000	216,320	224,973
Hora de salón tipo 2	-	6.00	-	-	6.00	600,000	624,000	648,960	674,918
Hora de salón tipo 3	-	-	6.00	-	-	800,000	832,000	865,280	899,891
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-	-	10,000	10,400	10,816	11,249
Asiento x día	5.00	10.00	15.00	5.00	10.00	1,000	1,040	1,082	1,125
Menaje por persona x día	50.00	100.00	150.00	50.00	100.00	6,000	6,240	6,490	6,749
Plato x pers. (pasabocas)	55.00	105.00	155.00	55.00	105.00	5,000	5,200	5,408	5,624
Plato x persona (buffet)	55.00	105.00	155.00	55.00	105.00	12,000	12,480	12,979	13,498
Tarjeta de invitación	60.00	110.00	160.00	60.00	110.00	300	312	324	337
Hora de seguridad	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	50,000	52,000	54,080	56,243
Hora de transporte	-	-	-	-	-	50,000	52,000	54,080	56,243
Precio de Venta	8,000,000	14,000,000	18,000,000	4,800,000	10,000,000				
Costo variable Unitario	5,518,000	9,268,000	11,818,000	2,938,000	6,688,000				
M. Contribución Unitario	2,482,000	4,732,000	6,182,000	1,862,000	3,312,000				
% C. Marginal Unitario	31%	34%	34%	39%	33%				

Fuente: Cálculos propios

6.2 Facilidades: Como se ha expresado anteriormente en el documento, la empresa estará ubicada en la ciudad de Cali y operará inicialmente solo en esta ciudad. Se escogió esta ciudad principalmente porque sus accionistas viven actualmente allí y tienen todos los contactos empresariales en esta ciudad. Adicionalmente Cali es una de las principales ciudades del país, con unos costos de vida normales (no tan altos como lo es la capital Bogotá) y cuenta con 258 grandes empresas.

Por manejo de costos y mientras la empresa está comenzando, se decidió que los primeros años se operara desde una oficina amoblada virtual (alquilada) que ofrezca dentro de un

paquete todos los servicios requeridos para el funcionamiento de una oficina (agua, comunicaciones, energía, teléfono, etc.).

La idea es contratar alguna de las empresas que actualmente ofrecen este servicio, y que además están ubicadas en el norte de la ciudad. Las empresas a tener en cuenta para la escogencia de la oficina son: Octava Centro de Negocios, Centro de negocios Yoffice y Ofienlace, entre otras.

6.3 Equipos y maquinaria: Inicialmente se hizo el plan de empresa con el modelo que todo sea alquilado pero eventualmente se evaluará la inversión en artículos que puedan ayudar a reducir costos. Es decir que inicialmente Logevent no contará con menaje ni equipos de sonido propios, pues todo lo requerido para organizar los eventos será manejado a través de proveedores. Por esta razón los únicos equipos que requerirían inversión y que se comprarían, serían los computadores. Teniendo en cuenta esto, se incluye a continuación un presupuesto de inversión para esta parte de la operación.

Tabla 7:

Año 0			
Inversión depreciable	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	3	1,500,000	4,500,000
Total activos depreciables a 3 años			4,500,000
Licencia office	3	200,000	600,000
Licencia Windows	3	372,000	1,116,000
Total inversión amortizable a 3 años			1,716,000
Total inversión en activos			6,216,000

2,015			
Inversión depreciable	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	-	-	-
Total activos depreciables a 3 años			-
Licencia office	3	200,000	600,000
Licencia Windows	-	-	-
Total inversión amortizable a 3 años			600,000
Total inversión en activos			600,000

2,016			
Inversión depreciable	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	3	1,200,000	3,600,000
Total activos depreciables a 3 años			3,600,000
Licencia office	6	200,000	1,200,000
Licencia Windows	3	372,000	1,116,000
Total inversión amortizable a 3 años			2,316,000
Total inversión en activos			5,916,000

2,017			
Inversión depreciable	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	-	-	-
Total activos depreciables a 3 años			-
Licencia office	6	200,000	1,200,000
Licencia Windows	-	-	-
Total inversión amortizable a 3 años			1,200,000
Total inversión en activos			1,200,000

2,018			
Inversión depreciable	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	2	1,200,000	2,400,000
Total activos depreciables a 3 años			2,400,000
Licencia office	8	200,000	1,600,000
Licencia Windows	2	372,000	744,000
Total inversión amortizable a 3 años			2,344,000
Total inversión en activos			4,744,000

Fuente: Cálculos propios

6.4 Plan de producción: A partir de los servicios establecidos para ofrecer se presupuestó el siguiente plan de producción de eventos para los primeros 4 años.

Tabla 8:

ITEM	Total 2015	Total 2016	Total 2017	Total 2018
Volumen Estimado de Ventas	37	49	54	62
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	12	13	14	16
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	8	13	14	16
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	4	9	10	11
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	12	11	12	14
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	1	3	3	4

Fuente: Cálculos propios

Para conocer el detalle de las unidades mensuales que se esperan producir/vender durante los primeros 2 años, por favor remitirse al Anexo No.15.1.

Como se trata de un servicio, no se manejan políticas de inventario pues no se tienen inventario de materiales como tal. Esto es manejado por los proveedores directamente.

6.5 Plan de consumo: Teniendo en cuenta el plan de producción anterior, a continuación se incluye el plan de consumos de materias primas, servicios e insumos. Es importante resaltar que los eventos están diseñados según promedios que incluyen requerimientos de servicios especiales.

Tabla 9: Presupuesto de consumo de componentes (unidades)

	Evento Completo 1	Evento Completo 2	Evento Completo 3	Evento Parcial 1	Evento Parcial 2
Hora de Músico	6.00	6.00	6.00	-	-
Hora de Sonido	6.00	6.00	6.00	-	-
Hora de mesero	12.00	24.00	36.00	12.00	24.00
Hora de salón tipo 1	6.00	-	-	6.00	-
Hora de salón tipo 2	-	6.00	-	-	6.00
Hora de salón tipo 3	-	-	6.00	-	-
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-	-
Asiento x día	5.00	10.00	15.00	5.00	10.00
Menaje por persona x día	50.00	100.00	150.00	50.00	100.00
Plato x pers. (pasabocas)	55.00	105.00	155.00	55.00	105.00
Plato x persona (buffet)	55.00	105.00	155.00	55.00	105.00
Tarjeta de invitación	60.00	110.00	160.00	60.00	110.00
Hora de seguridad	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
Hora de transporte	-	-	-	-	-

Fuente: Cálculos propios

6.6 Plan de compras: Teniendo en cuenta la información anterior el plan de compras estaría delimitado bajo la siguiente información y soportes:

- **Tabla 10:** Presupuesto materiales por hora de evento:

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2,015	2,016	2,017	2,018
Hora de Músico	144	210	231	266
Hora de Sonido	144	210	231	266
Hora de mesero	648	996	1,096	1,260
Hora de salón tipo 1	144	144	158	182
Hora de salón tipo 2	54	96	106	121
Hora de salón tipo 3	24	54	59	68
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-

Asiento x día	270	415	457	525
Menaje por persona x día	2,700	4,150	4,565	5,250
Plato comida por persona (pasabocas)	2,885	4,395	4,835	5,560
Plato comida por persona (buffet)	2,885	4,395	4,835	5,560
Tarjeta de invitación	3,070	4,640	5,104	5,870
Hora de seguridad	222	294	323	372

Fuente: Cálculos propios

- **Tabla 11:** Presupuesto de consumo de componentes de acuerdo a eventos por año

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2,015	2,016	2,017	2,018
Hora de Música	144	210	231	266
Hora de Sonido	144	210	231	266
Hora de mesero	648	996	1,096	1,260
Hora de salón tipo 1	144	144	158	182
Hora de salón tipo 2	54	96	106	121
Hora de salón tipo 3	24	54	59	68
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-
Asiento x día	270	415	457	525
Menaje por persona x día	2,700	4,150	4,565	5,250
Plato comida por persona (pasabocas)	2,885	4,395	4,835	5,560
Plato comida por persona (buffet)	2,885	4,395	4,835	5,560
Tarjeta de invitación	3,070	4,640	5,104	5,870
Hora de seguridad	222	294	323	372
Hora de transporte	-	-	-	-

Fuente: Cálculos propios

- **Tabla 12:** Precios de paquetes

Descripción Evento	Valor (\$)	Implicaciones tributarias ventas			
		CREE		IVA/Consumo	
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	8,000,000	1	0.3%	3	16%
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	14,000,000	1	0.3%	3	16%
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	18,000,000	1	0.3%	3	16%
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) -50 pers.	4,800,000	1	0.3%	3	16%
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) -100 pers.	10,000,000	1	0.3%	3	16%

Fuente: Cálculos propios

- Plazos de pago: El pago estaría dividido en 2 cuotas, 50% al momento de contratar el servicio (como pago anticipado) y el 50% restante el día del evento.

- **Tabla 13:** Impuestos y Retenciones:

IVA POR PAGAR

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2,015	2,016	2,017	2,018
Iva cobrado en Ventas	55,616,000	90,023,680	99,960,256	114,954,294
Iva pagado en Compras	326,312,000	56,153,920	61,769,312	71,034,709
IVA a pagar	-270,696,000	33,869,760	38,190,944	43,919,586

IMPUESTOS LOCALES

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2,015	2,016	2,017	2,018
Impuesto de Industria y Comercio	3,823,600	6,189,128	6,872,268	7,903,108
Complementario de Avisos y Tableros	0	0	0	0
Total	3,823,600	6,189,128	6,872,268	7,903,108

AUTORRETENCIÓN CREE

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2,015	2,016	2,017	2,018
Autoretención por el impuesto de renta a la equidad	1,042,800	1,687,944	1,874,255	2,155,393
Total Autorretención CREE por pagar	1,042,800	1,687,944	1,874,255	2,155,393

Fuente: Cálculos propios

6.7 Sistemas de control: Por tratarse de un servicio que varía según las solicitudes de eventos que tenga el cliente, el sistema de control identificado es una evaluación diligenciada después de recibir el servicio. En esta evaluación el cliente asigna una calificación por el servicio recibido y tiene la oportunidad de realizar retroalimentación. De esta forma, se va llevar a cabo un mejoramiento continuo basado en la percepción de los clientes.

Adicionalmente, Logevent estará haciendo auditorías a sus proveedores para confirmar que cumplan con los estándares adecuados para prestar el mejor servicio.

7. Análisis Administrativo

7.1 Definición del grupo empresarial: El grupo empresarial está compuesto por 2 socios accionistas/dueños, el gerente general y un equipo de ventas y logístico. La estructura de la empresa será presentada en el apartado 7.2 de esta sección.

Los dos socios accionistas son padre e hija. El perfil del padre es un Ingeniero Agrónomo jubilado pero que todavía sigue ejerciendo. Aunque este socio no tiene experiencia en el sector, si cuenta con una serie de contactos de altos cargos a nivel empresarial lo que

permitirá al inicio darse a conocer con más facilidad. Adicionalmente por su experiencia en juntas directivas de diferentes organizaciones, también cuenta con un conocimiento financiero que permitirá supervisar los resultados del negocio. En cuanto a la hija, el perfil es el de una economista con experiencia en el área de negociación y compras de multinacionales de la ciudad. Su pasión ha sido siempre la organización de eventos y al haber trabajado siempre en el área de compras tiene buenos contactos de proveedores a nivel empresarial pero también habilidades de negociación y relacionamiento, que serán muy útiles al inicio del proyecto pues facilitara el desarrollo de las relaciones con proveedores.

Inicialmente las decisiones estratégicas que deban tomar estos 2 socios dependerán del desarrollo del negocio y serán durante el primer año permanentes para todo lo que tenga que ver con el cierre de contrataciones con proveedores, implementación de estrategias de publicidad y ventas y alguna otra decisión considerada estratégica para el funcionamiento de la empresa. A partir del primer año las decisiones se tomaran solo en las reuniones bimensuales que se realizarán con el gerente general y que constarán solo de aprobaciones de inversiones y problemáticas específicas. Se espera que el gerente general para este segundo año ya tenga autonomía y dominio del negocio.

El gerente general maneja la visión global de la empresa, entrando a revisar los detalles, manejando el día a día y ajustando/mejorando lo que se requiera para obtener los resultados requeridos por el negocio. Para el caso de los socios accionistas, no son miembros activos de la operación diaria, pero a nivel estratégico conocen el manejo de la empresa, lo que permite ayudar en momentos de crisis o ayudar a suavizar las relaciones con clientes/proveedores cuando se requiera. Adicionalmente se encargan de supervisar los resultados, y exigir al gerente general metas y objetivos.

De acuerdo a lo acordado por los accionistas y a lo revisado con la gerencia general, las condiciones salariales acordadas se encuentran en la tabla 14. Teniendo en cuenta estos salarios, se ha realizado un presupuesto de nómina que se encuentra en el Anexo No.15.5.

Tabla 14:

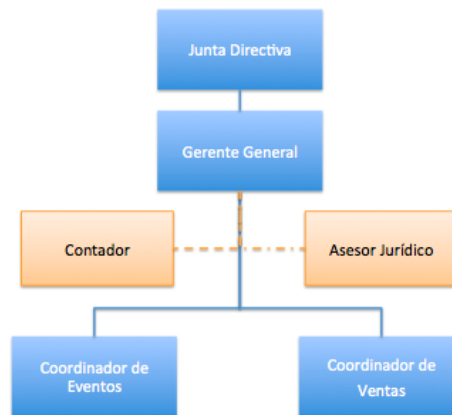
Nombre del cargo	Salario
Gerente General	2,500,000
Coordinador de eventos	1,000,000
Asistente Coordinador de eventos 1	660,000
Asistente Coordinador de eventos 2	660,000
Coordinador de ventas	1,000,000
Asistente Coordinador de ventas 1	660,000
Asistente Coordinador de ventas 2	660,000
Asistente de Gerencia	630,000

Fuente: Cálculos propios

7.2 Definición de la estructura organizacional: De acuerdo a los objetivos planteados por los accionistas y al personal solicitado por el gerente general para cumplir dichos objetivos, se ha organizado el siguiente organigrama que fue dividido en 2 partes según el momento y año en que se encuentre la empresa, pues depende de los resultados de ventas que se quieren lograr.

Para el inicio y constitución de la empresa el organigrama planteado se presenta a continuación.

Diagrama 2:

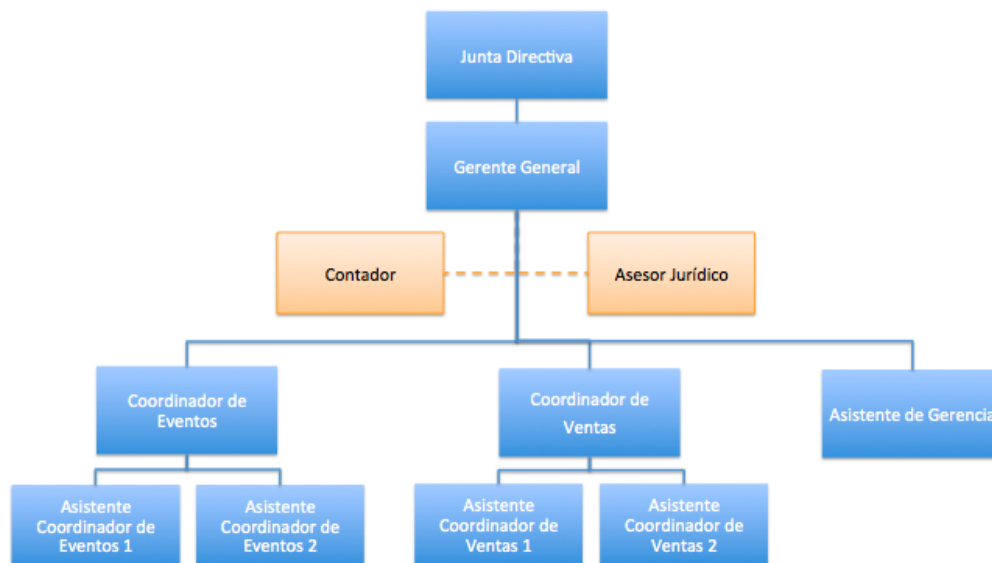


Teniendo en cuenta el diagrama anterior, al inicio de las operaciones encontramos una asamblea de accionistas que se encarga de supervisar toda la operación externamente, un gerente general que se encarga de la supervisión operativa y del funcionamiento de la

empresa, y 2 coordinadores (uno para realizar y ejecutar los eventos y el otro para las ventas de la compañía). Adicionalmente se han contratado externamente 2 asesores: un contador para que lleve la contabilidad y parte financiera del negocio y un asesor jurídico que se encargue de los contratos que se firman con clientes y proveedores.

Una vez la empresa y las ventas empiecen a crecer, la estructura que se planteada esta detallada en el diagrama 4. La base sigue siendo la misma inicial (asamblea, gerente, coordinador de ventas y eventos y los 2 asesores externos), pero se le sumarian al equipo: un asistente para la gerencia y 2 asistentes para cada coordinador.

Diagrama 3:



7.3 Definición del personal ejecutivo: Partiendo de la estructura planeada para la empresa, el personal ejecutivo estaría conformado básicamente por el gerente general y los 2 coordinadores que inicialmente estarán encargados también de la parte operativa. Los tipos de contrato que se han establecido son contratos directamente por la empresa y a término indefinido (el detalle de los salarios para estos 3 cargos, se encuentra en el Anexo No. 15.5). Para la parte de la experiencia, se espera que para los 3 cargos mencionados anteriormente, la persona cuente con por lo menos 3 años en cargos similares.

7.4 Definición del personal operativo: Para la parte del personal operativo y de acuerdo a los planes de crecimiento, esta entrara en la empresa a partir del 3 año de funcionamiento de la empresa. Básicamente los cargos operativos serán los de la asistente de gerencia, y los 2 asistentes para cada coordinador. El tipo de contratación como se mencionó anteriormente, será directamente por la empresa y a término indefinido (el detalle de los salarios se encuentra en el Anexo No. 15.5). Todos los cargos serán seleccionados por el gerente general y los coordinadores respectivos. Para el caso de la asistente el perfil no requiere ser profesional pero por lo menos bachiller, y contar con una experiencia de 2 años en cargos similares. Para el caso de los asistentes tanto del coordinador de eventos como del de ventas, se requiere una experiencia de mínimo 1 año en cargos similares y título de técnico o profesional.

7.5 Organizaciones de apoyo: En cuanto a las organizaciones de apoyo se ha definido principalmente 2 asesores como se mencionó anteriormente, uno para la parte contable y el otro para la parte legal. Adicionalmente y como aliados estratégicos están los proveedores, que son los que ayudaran a que todos los servicios contratados puedan ser realizados exitosamente. Es importante en los proveedores poder contar con unos fijos y principales para la parte de menaje, meseros y sonido, pues son “suministros” que son fijos y que no dependen de la clase de eventos ni las preferencias de los clientes sino que pueden ser tratados como generales (no específicos).

8. Análisis Legal

Para la parte legal de la empresa, se contará con la razón social LOGEVENT S.A.S. y para su constitución los accionistas realizarán los trámites legales y exigidos por Ley para la puesta en funcionamiento de la empresa. Se ha decido que el tipo de sociedad a crear es una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), ya que ofrece más flexibilidad para formar empresa.

Entre las leyes que se tienen en cuenta durante el proceso de creación y conformación de la sociedad están:

- Ley No. 590, de 10 de Julio de 2000: “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”.
- Ley No. 1258, de 05 de Diciembre de 2008: "por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada"

Teniendo en cuenta el artículo 5 de la ley 1258 de 2008, el documento de constitución de la empresa deberá contener los siguientes requisitos:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Para el caso de Logevent los accionistas serán:
 - a. María Elisa Victoria Kuri, CC. 38.643.603 de Cali. Habitante de Cali.
 - b. Jorge Ignacio Victoria Kafure, CC.14.437.279 de Cali. Habitante de Cali.
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S. Para el caso de la empresa de logística de eventos será Logevent S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución. Como se ha mencionado anteriormente en este documento, la empresa solo operará en la ciudad de Cali y tendrá una única sucursal cuya oficina estará ubicada en una de las empresas que ofrecen arriendo de oficinas con el servicio de todo incluido tales como: Octava Centro de Negocios, Centro de negocios Yoffice y Ofienlace.
4. El término de duración. Para el caso de Logevent será indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales. Para el caso de Logevent aunque la actividad comercial está limitada inicialmente a la organización de eventos, se decide dejarla como indefinida de tal forma que la sociedad pueda realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Es decir que si en un futuro se decide prestar o abastecer productos/servicios que al inicio suministraban los proveedores, no se tenga problema y no se tenga que proceder a modificar legalmente nada.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. Se decidió que los empleados (nomina) serán todos contratados externamente, es decir que los cargos establecidos no serán ocupados por los accionistas

fundadores. Estos últimos serán los representantes legales de la empresa y además jugaran el papel de administradores y auditores del negocio. El representante legal principal será Jorge Ignacio Victoria Kafure, CC.14.437.279 de Cali y el suplente María Elisa Victoria Kuri, CC. 38.643.603 de Cali.

9. Análisis Social

Teniendo en cuenta los valores de los accionistas, para Logevent se han definido y establecido los siguientes valores corporativos:

- **Honestidad:** Ofrecemos transparencia en nuestro trabajo y admitimos nuestra responsabilidad para corregir y mejorar en cada evento que realizamos.
- **Profesionalismo:** Asumir la excelencia como la meta de nuestras actividades
- **Compromiso:** La responsabilidad del éxito del evento es enteramente nuestra misión.

10. Análisis Económico

Para realizar la determinación de las características económicas en las que incurrirá la empresa, se deben tener en cuenta los siguientes componentes:

10.1 Presupuesto de ingresos: Según el análisis de mercado, el presupuesto de ingresos se expone en detalle en la siguiente Tabla 15, en la que se puede observar que el valor total de ventas se espera que vaya incrementándose cada año y como no se manejará crédito con los clientes, se espera que no se tengan cuentas por cobrar, lo que permite que se tengan unos ingresos efectivos con incrementos entre el 2015 y 2016 del 62% , entre el 2016 y 2017 del 11% y entre el 2017 y el 2018 del 15%.

Se espera que entre el 2015 y el 2016 se tenga el mayor incremento en ventas, pues será el año de lanzamiento y en el que el negocio empezara a operar y a ganar mercado con las estrategias establecidas. Posteriormente las ventas se estabilizarán pues los clientes ya nos conocerán y las ventas crecerán en proporción al crecimiento del número de eventos que las empresas realicen.

Tabla 15:

	Total	Total	Total	Total
ITEM	2015	2016	2017	2018
Volumen estimado de ventas				
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	96.000.000	110.240.000	122.408.000	140.769.200
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	112.000.000	192.920.000	214.214.000	246.346.100
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	72.000.000	171.720.000	190.674.000	219.275.100
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	57.600.000	55.968.000	62.145.600	71.467.440
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	10.000.000	31.800.000	35.310.000	40.606.500
Valor total de ventas (\$)	347.600.000	562.648.000	624.751.600	718.464.340
IVA o Impuesto al Consumo	55.616.000	90.023.680	99.960.256	114.954.294
Anticipo Retefuente	20.856.000	33.758.880	37.485.096	43.107.860
Autoretenciones CREE	1.042.800	1.687.944	1.874.255	2.155.393
Total ventas con IVA	403.216.000	652.671.680	724.711.856	833.418.634
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	347.600.000	562.648.000	624.751.600	718.464.340
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	-	-	-	-
Ingresos por ventas de Contado	382.360.000	618.912.800	687.226.760	790.310.774
Recuperación de Cartera	-	-	-	-
Ingresos Efectivos	382.360.000	618.912.800	687.226.760	790.310.774
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-

Fuente: Cálculos propios

10.2 Presupuesto de materias primas e insumos: A partir de los diferentes eventos que se van a ofrecer y del número de eventos que se espera vender por mes, se estableció una lista de insumos y servicios adicionales que se requieren. Este detalle ya fue presentado en el Análisis Técnico y para mayor detalle debe remitirse al Anexo No. 15.2.

10.3 Presupuesto de personal: Para poder cumplir con el plan de ventas, inicialmente solo se necesitarían 3 personas en la empresa (gerente y los 2 coordinadores de ventas y eventos), pero a medida que la empresa vaya creciendo, se estimó para que al final de los primeros 4 años la empresa además de estas 3 personas mencionadas anteriormente, se necesitarían 2 asistentes para cada coordinador, un asistente de gerencia. Esto representaría un gasto para el 2015 de \$79.301.880, para el 2016 de \$111,047,010, para el 2017 de \$139,681,251 y para el 2018 de \$170,428,555. Este detalle ya fue presentado en el Análisis Administrativo y para mayor detalle debe remitirse al Anexo No. 15.5.

10.4 Inversión de activos fijos: Para el caso de los activos fijos, realmente la única inversión sería en la parte de computadores ya que las oficinas serían arrendadas amobladas y la empresa no tendría equipos propios para organizar los eventos y se apoyaría en los proveedores para esto. De acuerdo a lo anterior la inversión total de activos fijos sería 8

computadores del 2015 al 2018, que se adquirirían a medida que el personal vaya ingresando. Para mayor detalle de la inversión remitirse al Anexo No.15.3.

10.5 Inversión capital de trabajo: Como Logevent es una empresa de servicios que contrata a sus proveedores para que se encarguen de los detalles como menaje, muebles, sonido, etc. entonces no se manejan inventarios de materia prima, ni producto en proceso, ni producto terminado. Adicionalmente la política de pago tanto a proveedores como a clientes es de pago anticipado. Por estas razones la inversión de capital de trabajo no se tendría en cuenta para este análisis.

10.6 Presupuesto de otros gastos: Para los otros gastos lo que se ha tenido en cuenta son los gastos de constitución, de investigación y desarrollo (tomado desde la perspectiva de análisis del mercado y competidores), desarrollo de la página web, arriendo de la oficina virtual, bomberos, impuestos locales, registro mercantil, asesoría contable, publicidad, transporte, papelería y asesoría jurídica. Para lo que son los gastos operativos se presupuestó para el 2015 \$16.495.600, para el 2016 \$19.549.128, para el 2017 \$21.512.148 y 2018 \$22.899.577. Para los gastos administrativos y de ventas se presupuestó para el 2015 \$16.438.000, para el 2016 \$18.041.240, para el 2017 \$20.100.878 y 2018 \$19.640.527.

10.7 Análisis de costos: Para este análisis se realizó una revisión técnica de gastos, que permite identificarlos costos fijos, variables y totales de la empresa, así como identificar el punto de equilibrio. El detalle de estos cálculos se encuentra en el Anexo No.15.4. Teniendo en cuenta los costos fijos y variables, para obtener un margen de contribución unitario entre 30-34%, el punto de equilibrio sería en el 2015 de 36 eventos, en el 2016 de 34, en el 2017 de 41 y en el 2018 de 48. Al revisar esto contra lo presupuestado se observa que para el año 2015 se cumpliría el punto de equilibrio al 103%, en el 2016 al 144%, en el 2017 al 131% y en el 2018 al 129%.

11. Análisis Financiero

Para poder llevar a desarrollar el plan de negocio de Logevent, es muy importante determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, para así poder confirmar la viabilidad del negocio. A continuación se presentan los componentes principales de este análisis:

11.1 Flujo de caja: La empresa cuenta con un capital inicial de \$35.000.000 y para poder cubrir los gastos y mantener un flujo de caja adecuado, Logevent deberá realizar un préstamo al banco por \$10.000.000. Para el detalle del flujo de caja remitirse al Anexo No. 15.7, donde se puede observar que desde el año 1, los ingresos son mayores que los egresos y se logra tener una caja final promedio de 21 millones.

11.2 Estado de resultados: Al revisar el estado de resultados detallado en el Anexo No. 15.8, se puede observar que en el año 2015 se obtiene una utilidad del periodo del 0.8% (\$2.845.265), pero a partir del 2016 ya esta utilidad empieza a subir pues las ventas aumentan en mayor proporción que los gastos. En el 2016 se tiene una utilidad del periodo del 10.2% (\$57,374,246), en el 2017 del 7.8% (\$48,645,757) y en el 2018 del 6.7% (\$48,300,070).

11.3 Balance general: Al final del ejercicio de cada año, se logra obtener un Balance General cuadrado (valores en cero). Se observa que el total de activos en el año 0 es de \$45.000.000 (correspondiente al prestado y capital inicial), en el año 2015 se tiene un total de activos de \$57.285.305 (equivalente al patrimonio + pasivos), en el 2016 total de activos (patrimonio + pasivos) de \$129,687,125, en el 2017 de \$181,098,605 y en el 2018 de \$238,768,511.

11.4 Estrategias financieras: Las estrategias financieras definidas para la creación de Logevent, tienen como fuente de financiamiento inicial un capital de los accionistas de \$35.000.000 y un préstamo solicitado a los bancos de \$10.000.000. Este préstamo se tiene con una tasa del 1% a 12 meses.

12. Análisis De Riesgos

Para realizar el análisis de riesgo al que está enfrentado la empresa, es necesario profundizar en los siguientes componentes:

12.1 Condiciones del entorno: El entorno de Colombia, país donde se abrirá Logevent, es un entorno estable tanto políticamente como económicamente. Adicionalmente existen entidades de apoyo como Bancoldex, Fiducoldex y la Cámara de Comercio, que se encargan de guiar, asesorar y ofrecer créditos con buenas tasas para las pequeñas empresas. Para el país es tan importante el tema de las pequeñas empresas que desde el año 2000 sacó la ley 590 (o ley mipymes), en la que se incluyen una serie de herramientas para apoyar el sector e incentivar la creación de nuevas empresas y la permanencia de las existentes.

12.2 Riesgos de mercado: Uno de los principales riesgos a nivel de mercado, es la competencia. Aunque no existen muchas empresas en el mercado que se dediquen a la organización de eventos empresariales, en el análisis de mercado pudimos encontrar que si hay otras empresas que organizan eventos. Empresas que llevan muchos años en el mercado y que ya tienen un portafolio de clientes que atienden. Si no se logra hacer una buena campaña publicitaria y lograr crear credibilidad y reconocimiento de los clientes, no se podrá competir contra las empresas existentes. Es de vital importancia los contactos y relaciones que se puedan establecer en la etapa de creación de la empresa.

12.3 Riesgos técnicos: El riesgo técnico más grande que se identifica es el no poder establecer relaciones estratégicas con los proveedores, de tal forma que cumplan con todo lo que se pacte y negocie, lo que haría incumplirle a su vez a los clientes y deteriorar la imagen de la empresa. Adicionalmente el no lograr encontrar buenos proveedores se pone en riesgo la credibilidad y reputación de la empresa. Para mitigar esto, es importante realizar auditorías a los proveedores, firmar acuerdos/contratos, comenzar trabajando con unos pocos proveedores que se puedan ir desarrollando y a medida que estos van estabilizándose, se van incorporando proveedores adicionales. Finalmente otro riesgo técnico es no contar con un plan “b” para todos los eventos en caso que algo llegue a fallar. Este plan “b” es muy

importante para poder asegurarle a los clientes que siempre se le cumplirá con lo contratado. Adicionalmente se tendrán formatos de satisfacción al cliente que permitirán corregir o sugerir mejoras a los proveedores para futuros eventos.

12.4 Riesgos económicos: Un riesgo económico que se identifica es la reducción del precio del producto, que puede empezar a ocurrir a medida que más competencia va entrando al mercado. Es importante llevar un estricto control de los gastos e implementar planes de reducción de los mismos, de tal forma que si empieza a bajar el precio del producto igual siga siendo rentable la operación a la empresa. Las otras variables económicas se toman como estables y que variarían de acuerdo a las políticas de gobierno y a la economía en general. Colombia es un país estable, que además ha venido teniendo crecimiento y representa uno de los países más estables de latino américa.

12.5 Riesgos financieros: Para la creación de la empresa, es de vital importancia no solo el préstamo del banco sino también los aportes de los accionistas. Como se puede observar en el flujo de caja (Anexo No. 15.7) los aportes de accionistas son mayores que el préstamo al banco. Por esta razón es muy importante poder contar con el dinero de la inversión de los accionistas, o de lo contrario solicitarle inmediatamente al banco un préstamo por la inversión total. Adicionalmente si el banco no autoriza el préstamo inicial, no se tendría suficiente dinero para cubrir los primeros meses de la empresa. Por esta razón sería bueno poder solicitar el préstamo con 2 o 3 bancos para poder asegurar que alguno sea el que realice el préstamo y segundo para poder conseguir de esta forma la mejor tasa de interés.

13.Evaluación Integral Del Proyecto

Al realizar la evaluación integral del proyecto a través de los principales indicadores de factibilidad de la empresa, tales como la TIR y el balance del proyecto, se puede observar que la empresa es factible.

13.1 Flujo de caja totalmente neto: Teniendo en cuenta el flujo de caja neto, Logevent obtiene una tasa interna de retorno del 112.81% que es positivo pues es mayor que la tasa

mínima de retorno. Adicionalmente se obtiene un valor presente neto de \$147.730.179, un balance del proyecto positivo a partir del año 2016 y un periodo de pago descontado de 1.62. Todo el detalle de los valores del proyecto se pueden encontrar en la tabla a continuación. Es importante tener en cuenta que en caso que la empresa se quisiera liquidar, el valor de la misma sería \$128.201.504, por lo que significa que es una empresa viable y sería interesante en el mercado pues es valorada.

Finalmente al revisar el EBITDA, se puede observar que desde el año 1 genera ganancias, por tanto se puede afirmar que se tiene una empresa positiva y rentable, cuya idea es seguir manteniendo un nivel de endeudamiento bajo para sostener la rentabilidad y utilidad.

Tabla 16:

FLUJO DE CAJA NETO					
	Año 0	2,015	2,016	2,017	2,018
Utilidad Neta (Utilidad operativa)	-	2,845,265	57,374,246	48,645,757	48,300,070
Total Depreciación	-	1,500,000	1,500,000	2,700,000	1,200,000
Total Amortización	-	572,000	772,000	1,544,000	1,372,000
Total Intereses	-	661,855	0	0	0
Total Impuestos	-	281,400	5,674,376	8,753,366	13,228,682
EBITDA		5,860,520	65,320,622	61,643,124	64,100,752
Pagos de capital		10,000,000	(0)	(0)	(0)
1. Flujo de fondos neto del periodo		(5,082,735)	59,646,246	52,889,757	50,872,070
Inversiones de socios	35,000,000	-	-	-	-
Préstamo	10,000,000	-	-	-	-
2. Inversiones netas del periodo	25,000,000	-	-	-	-
3. Liquidación de la empresa					128,201,504
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	(25,000,000)	(5,082,735)	59,646,246	52,889,757	179,073,574
Balance de proyecto	(25,000,000)	(34,082,735)	20,110,274	76,217,675	267,486,077
Periodo de pago descontado		1.63			
Tasa interna de retorno		112.81%			
Valor presente neto		147,730,179			
Tasa mínima de retorno		16.00%			

Fuente: Cálculos propios

13.2 Análisis de sensibilidad: Después de realizar el flujo de caja neto, se observa adicionalmente que si la utilidad neta a partir del año 2016 no es mayor a \$37.200.000, la empresa no genera un balance positivo y la TIR empieza a caer. Es muy importante que se tengan los costos controlados y se mantenga el nivel de ventas de acuerdo a lo presupuestado. Estas variables deben ser monitoreadas y controladas para mantener la utilidad neta.

14. Conclusiones

Al realizar el plan de negocio para la empresa Logevent S.A.S se pudo constatar que es un negocio económicamente viable con un retorno de inversión menor a 2 años y con ganancias desde el primer año.

Adicionalmente se puede concluir que para que el negocio funcione, el relacionamiento público y los contactos son muy importantes, por eso es vital estar en constante comunicación con las empresas y los clientes para conocer sus necesidades y ofrecerles el servicio que necesitan en el momento adecuado.

15. Anexos

15.1 Mercado y Ventas

ITEM	2015												Total 2015
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	
Mercado Total (Uds)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,500	12,500
Volumen Estimado de Ventas	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	5	37
Fraccion de Mercado	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,30%	0,30%	0,30%	0,30%	0,40%	0,40%	0,40%	0,33%	0,30%
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	4
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1

ITEM	2015												Total 2015
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	
Volumen estimado de ventas													
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	8,000.000	96,000.000
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	-	-	-	-	14,000.000	14,000.000	14,000.000	14,000.000	14,000.000	14,000.000	14,000.000	14,000.000	112,000.000
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	-	-	-	-	-	-	-	-	18,000.000	18,000.000	18,000.000	18,000.000	72,000.000
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	57,600.000
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,000.000
Valor total de ventas (\$)	12,800.000	12,800.000	12,800.000	12,800.000	26,800.000	26,800.000	26,800.000	26,800.000	44,800.000	44,800.000	44,800.000	54,800.000	347,600.000
IVA o Impuesto al Consumo	2,048.000	2,048.000	2,048.000	2,048.000	4,288.000	4,288.000	4,288.000	4,288.000	7,168.000	7,168.000	7,168.000	8,768.000	55,616.000
Anticipo Retefuente	768.000	768.000	768.000	768.000	1,608.000	1,608.000	1,608.000	1,608.000	2,688.000	2,688.000	2,688.000	3,288.000	20,856.000
Autorretenciones CREE	38.400	38.400	38.400	38.400	80.400	80.400	80.400	80.400	134.400	134.400	134.400	164.400	1,042.800
Total ventas con IVA	14,848.000	14,848.000	14,848.000	14,848.000	31,088.000	31,088.000	31,088.000	31,088.000	51,968.000	51,968.000	51,968.000	63,568.000	403,216.000
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	12,800.000	12,800.000	12,800.000	12,800.000	26,800.000	26,800.000	26,800.000	26,800.000	44,800.000	44,800.000	44,800.000	54,800.000	347,600.000
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos por ventas de Contado	14,080.000	14,080.000	14,080.000	14,080.000	29,480.000	29,480.000	29,480.000	29,480.000	49,280.000	49,280.000	49,280.000	60,280.000	382,360.000
Recuperación de Cartera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos Efectivos	14,080.000	14,080.000	14,080.000	14,080.000	29,480.000	29,480.000	29,480.000	29,480.000	49,280.000	49,280.000	49,280.000	60,280.000	382,360.000
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ITEM	2016												Total 2016	Total 2017	Total 2018
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic			
Mercado Total (Uds)	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,600	13,700	15,070	16,577
Volumen Estimado de Ventas	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	6	49	54	62
Fraccion de Mercado	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,36%	0,36%	0,36%	0,36%	0,45%	0,45%	0,45%	0,38%	0,36%	0,36%	0,37%
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	13	14	16
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	13	14	16
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	2	9	10	11
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	12	14
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	3	3	4

ITEM	2016												Total 2016	Total 2017	Total 2018	
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic				
Volumen estimado de ventas																
Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	8,480.000	16,960.000	110,240.000	122,408.000	140,769.200	
Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	14,840.000	29,680.000	192,920.000	214,214.000	246,346.100	
Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	-	-	-	-	-	19,080.000	19,080.000	19,080.000	19,080.000	19,080.000	19,080.000	38,160.000	171,720.000	190,674.000	219,275.100	
Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	5,088.000	-	55,968.000	62,145.600	71,467.440	
Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,600.000	10,600.000	10,600.000	-	31,800.000	35,310.000	40,606.500
Valor total de ventas (\$)	28,408.000	28,408.000	28,408.000	28,408.000	47,488.000	47,488.000	47,488.000	47,488.000	58,088.000	58,088.000	58,088.000	84,800.000	562,648.000	624,751.600	718,464.340	
IVA o Impuesto al Consumo	4,545.280	4,545.280	4,545.280	4,545.280	7,598.080	7,598.080	7,598.080	7,598.080	9,294.080	9,294.080	9,294.080	13,568.000	90,023.680	99,960.256	114,954.294	
Anticipo Retefuente	1,704.480	1,704.480	1,704.480	1,704.480	2,849.280	2,849.280	2,849.280	2,849.280	3,485.280	3,485.280	3,485.280	5,088.000	33,758.880	37,485.096	43,107.860	
Autorretenciones CREE	85.224	85.224	85.224	85.224	142.464	142.464	142.464	142.464	174.264	174.264	174.264	254.400	1,687.944	1,874.255	2,155.393	
Total ventas con IVA	32,953,280	32,953,280	32,953,280	32,953,280	55,086,080	55,086,080	55,086,080	55,086,080	67,382,080	67,382,080	67,382,080	98,368,000	652,671,680	724,711,856	833,418,634	
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	28,408.000	28,408.000	28,408.000	28,408.000	47,488.000	47,488.000	47,488.000	47,488.000	58,088.000	58,088.000	58,088.000	84,800.000	562,648.000	624,751.600	718,464.340	
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ingresos por ventas de Contado	31,248.800	31,248.800	31,248.800	31,248.800	52,236.800	52,236.800	52,236.800	52,236.800	63,896.800	63,896.800	63,896.800	93,280.000	618,912.800	687,226.760	790,310.774	
Recuperación de Cartera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ingresos Efectivos	31,248.800	31,248.800	31,248.800	31,248.800	52,236.800	52,236.800	52,236.800	52,236.800	63,896.800	63,896.800	63,896.800	93,280.000	618,912.800	687,226.760	790,310.774	
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

15.2 Técnico Variable

CONSUMOS Y COSTOS UNITARIOS

	Evento Completo 1 (50 personas) + Salón 1	Evento Completo 2 (100 personas) + Salón 2	Evento Completo 3 (150 personas) + Salón 3	Evento Parcial 1 (salón 1 + meseros + comida) - 50 pers.	Evento Parcial 2 (salón 2 + meseros + comida) - 100 pers.	Costo 2015 (\$/Unid)	Costo 2016 (\$/Unid)	Costo 2017 (\$/Unid)	Costo 2018 (\$/Unid)
Hora de Música	6,00	6,00	6,00	-	-	250.000	260.000	270.400	281.216
Hora de Sonido	6,00	6,00	6,00	-	-	180.000	187.200	194.688	202.476
Hora de mesero	12,00	24,00	36,00	12,00	24,00	15.000	15.600	16.224	16.873
Hora de salón tipo 1	6,00	-	-	6,00	-	200.000	208.000	216.320	224.973
Hora de salón tipo 2	-	6,00	-	-	6,00	600.000	624.000	648.960	674.918
Hora de salón tipo 3	-	-	6,00	-	-	800.000	832.000	865.280	899.891
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-	-	10.000	10.400	10.816	11.249
Asiento x día	5,00	10,00	15,00	5,00	10,00	1.000	1.040	1.082	1.125
Menaje por persona x día	50,00	100,00	150,00	50,00	100,00	6.000	6.240	6.490	6.749
Plato comida por persona (pasabocas)	55,00	105,00	155,00	55,00	105,00	5.000	5.200	5.408	5.624
Plato comida por persona (buffet)	55,00	105,00	155,00	55,00	105,00	12.000	12.480	12.979	13.498
Tarjeta de invitación	60,00	110,00	160,00	60,00	110,00	300	312	324	337
Hora de seguridad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	50.000	52.000	54.080	56.243
Hora de transporte	-	-	-	-	-	50.000	52.000	54.080	56.243
Precio de Venta	8.000.000	14.000.000	18.000.000	4.800.000	10.000.000				
Costo variable Unitario	5.518.000	9.268.000	11.818.000	2.938.000	6.688.000				
Margen de Contribución Unitario	2.482.000,00	4.732.000,00	6.182.000,00	1.862.000,00	3.312.000,00				
% Contribución Marginal Unitario	31%	34%	34%	39%	33%				

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE COMPONENTES (UNIDADES)

ITEM	2.015												Total 2.015	2.016												Total 2.016	Total 2.017	Total 2.018
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic			
Hora de Música	6	6	6	6	12	12	12	12	18	18	18	18	144	12	12	12	12	18	18	18	18	18	18	18	36	210	231	266
Hora de Sonido	6	6	6	6	12	12	12	12	18	18	18	18	144	12	12	12	12	18	18	18	18	18	18	18	36	210	231	266
Hora de mesero	24	24	24	24	48	48	48	48	84	84	84	108	648	48	48	48	48	84	84	84	84	108	108	108	144	996	1.096	1.260
Hora de salón tipo 1	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	144	158	182
Hora de salón tipo 2	-	-	-	-	6	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	6	6	6	6	12	12	12	96	96	106	121
Hora de salón tipo 3	-	-	-	-	-	-	-	-	6	6	6	6	24	-	-	-	-	6	6	6	6	6	6	6	12	54	59	68
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asiento x día	10	10	10	10	20	20	20	20	35	35	35	45	270	20	20	20	20	35	35	35	35	45	45	45	60	415	457	525
Menaje por persona x día	100	100	100	100	200	200	200	200	350	350	350	450	2.700	200	200	200	200	350	350	350	350	450	450	450	600	4.150	4.565	5.250
Plato comida por persona (pasabocas)	110	110	110	110	215	215	215	215	370	370	370	475	2.885	215	215	215	215	370	370	370	370	475	475	475	630	4.395	4.835	5.560
Plato comida por persona (buffet)	110	110	110	110	215	215	215	215	370	370	370	475	2.885	215	215	215	215	370	370	370	370	475	475	475	630	4.395	4.835	5.560
Tarjeta de invitación	120	120	120	120	230	230	230	230	390	390	390	500	3.070	230	230	230	230	390	390	390	390	500	500	500	660	4.640	5.104	5.870
Hora de seguridad	12	12	12	12	18	18	18	18	24	24	24	30	222	18	18	18	18	24	24	24	24	30	30	30	36	294	323	372
Hora de transporte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

ITEM	2.015												Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.015
Hora de Músico	1,500.000	1,500.000	1,500.000	1,500.000	3,000.000	3,000.000	3,000.000	3,000.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	36,000.000
Hora de Sonido	1,080.000	1,080.000	1,080.000	1,080.000	2,160.000	2,160.000	2,160.000	2,160.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	25,920.000
Hora de mesero	360.000	360.000	360.000	360.000	720.000	720.000	720.000	720.000	1,260.000	1,260.000	1,260.000	1,260.000	9,720.000
Hora de salón tipo 1	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	28,800.000
Hora de salón tipo 2	-	-	-	-	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	32,400.000
Hora de salón tipo 3	-	-	-	-	-	-	-	-	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	19,200.000
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asiento x día	10,000	10,000	10,000	10,000	20,000	20,000	20,000	20,000	35,000	35,000	35,000	45,000	270,000
Menaje por persona x día	600.000	600.000	600.000	600.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	2,100.000	2,100.000	2,100.000	2,700.000	16,200.000
Plato comida por persona (pasabocas)	550.000	550.000	550.000	550.000	1,075.000	1,075.000	1,075.000	1,075.000	1,850.000	1,850.000	1,850.000	2,375.000	14,425.000
Plato comida por persona (buffet)	1,320.000	1,320.000	1,320.000	1,320.000	2,580.000	2,580.000	2,580.000	2,580.000	4,440.000	4,440.000	4,440.000	5,700.000	34,620.000
Tarjeta de invitación	36.000	36.000	36.000	36.000	69.000	69.000	69.000	69.000	117.000	117.000	117.000	150.000	921.000
Hora de seguridad	600.000	600.000	600.000	600.000	900.000	900.000	900.000	900.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	1,500.000	11,100.000
Hora de transporte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nombre de costo variable 15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo Materias Primas e Insumos	8,456.000	8,456.000	8,456.000	8,456.000	17,724.000	17,724.000	17,724.000	17,724.000	29,542.000	29,542.000	29,542.000	36,230.000	229,576.000
IVA o Impuesto al Consumo	1,352.960	1,352.960	1,352.960	1,352.960	2,835.840	2,835.840	2,835.840	2,835.840	4,726.720	4,726.720	4,726.720	5,796.800	326,312.000
Promateo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Iva descontable	1,352.960	1,352.960	1,352.960	1,352.960	2,835.840	2,835.840	2,835.840	2,835.840	4,726.720	4,726.720	4,726.720	5,796.800	326,312.000
Retefuente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo total variables	9,808.960	9,808.960	9,808.960	9,808.960	20,559.840	20,559.840	20,559.840	20,559.840	34,268.720	34,268.720	34,268.720	42,026.800	555,888.000
Egreso Contado	9,808.960	9,808.960	9,808.960	9,808.960	20,559.840	20,559.840	20,559.840	20,559.840	34,268.720	34,268.720	34,268.720	42,026.800	555,888.000
CxP Proveedores Periodo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago Cuentas Por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos Efectivos	9,808.960	9,808.960	9,808.960	9,808.960	20,559.840	20,559.840	20,559.840	20,559.840	34,268.720	34,268.720	34,268.720	42,026.800	266,308.160
Total cuentas por pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ITEM	2.016												Total	Total	Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2016	2017	2018
Hora de Músico	3,000.000	3,000.000	3,000.000	3,000.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	4,500.000	9,000.000	52,500.000	57,750.000	66,412.500
Hora de Sonido	2,160.000	2,160.000	2,160.000	2,160.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	3,240.000	6,480.000	37,800.000	41,580.000	47,817.000
Hora de mesero	720.000	720.000	720.000	720.000	1,260.000	1,260.000	1,260.000	1,260.000	1,620.000	1,620.000	1,620.000	2,160.000	14,940.000	16,434.000	18,899.100
Hora de salón tipo 1	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	2,400.000	28,800.000	31,680.000	36,432.000
Hora de salón tipo 2	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	3,600.000	7,200.000	7,200.000	7,200.000	7,200.000	57,600.000	63,360.000	72,864.000
Hora de salón tipo 3	-	-	-	-	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	4,800.000	9,600.000	43,200.000	47,520.000	54,648.000
Mesa 10 puestos x día	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asiento x día	20,000	20,000	20,000	20,000	35,000	35,000	35,000	35,000	45,000	45,000	45,000	60,000	415.000	456.500	524.975
Menaje por persona x día	1,200.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	2,100.000	2,100.000	2,100.000	2,100.000	2,700.000	2,700.000	2,700.000	3,600.000	24,900.000	27,390.000	31,498.500
Plato comida por persona (pasabocas)	1,075.000	1,075.000	1,075.000	1,075.000	1,850.000	1,850.000	1,850.000	1,850.000	2,375.000	2,375.000	2,375.000	3,150.000	21,975.000	24,172.500	27,798.375
Plato comida por persona (buffet)	2,580.000	2,580.000	2,580.000	2,580.000	4,440.000	4,440.000	4,440.000	4,440.000	5,700.000	5,700.000	5,700.000	7,560.000	52,740.000	58,014.000	66,716.100
Tarjeta de invitación	69.000	69.000	69.000	69.000	117.000	117.000	117.000	117.000	150.000	150.000	150.000	198.000	1,392.000	1,531.200	1,760.880
Hora de seguridad	900.000	900.000	900.000	900.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	1,500.000	1,500.000	1,500.000	1,800.000	14,700.000	16,170.000	18,595.500
Hora de transporte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nombre de costo variable 15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo Materias Primas e Insumos	17,724.000	17,724.000	17,724.000	17,724.000	29,542.000	29,542.000	29,542.000	29,542.000	36,230.000	36,230.000	36,230.000	53,208.000	350,962.000	386,058.200	443,966.930
IVA o Impuesto al Consumo	2,835.840	2,835.840	2,835.840	2,835.840	4,726.720	4,726.720	4,726.720	4,726.720	5,796.800	5,796.800	5,796.800	8,513.280	56,153.920	61,769.312	71,034.709
Promateo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Iva descontable	2,835.840	2,835.840	2,835.840	2,835.840	4,726.720	4,726.720	4,726.720	4,726.720	5,796.800	5,796.800	5,796.800	8,513.280	56,153.920	61,769.312	71,034.709
Retefuente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo total variables	20,559.840	20,559.840	20,559.840	20,559.840	34,268.720	34,268.720	34,268.720	34,268.720	42,026.800	42,026.800	42,026.800	61,721.280	407,115.920	447,827.512	515,001.639
Egreso Contado	20,559.840	20,559.840	20,559.840	20,559.840	34,268.720	34,268.720	34,268.720	34,268.720	42,026.800	42,026.800	42,026.800	61,721.280	407,115.920	447,827.512	515,001.639
CxP Proveedores Periodo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago Cuentas Por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos Efectivos	20,559.840	20,559.840	20,559.840	20,559.840	34,268.720	34,268.720	34,268.720	34,268.720	42,026.800	42,026.800	42,026.800	61,721.280	407,115.920	447,827.512	515,001.639
Total cuentas por pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

15.3 Técnico Activos:

Presupuesto de inversiones	AÑO 0			2.015			2.016			2.017			2.018		
	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	3	1.500.000	4.500.000	0	0	0	3	1.200.000	3.600.000	0	0	0	2	1.200.000	2.400.000
Total activos depreciables a 3 años			4.500.000			0			3.600.000			0			2.400.000
Licencia office	3	200.000	600.000	3	200.000	600.000	6	200.000	1.200.000	6	200.000	1.200.000	8	200.000	1.600.000
Licencia windows	3	372.000	1.116.000	0	0	0	3	372.000	1.116.000	0	0	0	2	372.000	744.000
Amortizable - 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortizable - 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortizable - 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortizable - 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total inversión amortizable a 3 años			1.716.000			600.000			2.316.000			1.200.000			2.344.000
Total inversión en activos			6.216.000			600.000			5.916.000			1.200.000			4.744.000

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES EN FORMA LINEAL					
	Año 0	2.015	2.016	2.017	2.018
Activos de depreciables a 3 años					
Valor actual	4.500.000	4.500.000	8.100.000	8.100.000	10.500.000
Ajuste valor activo	0	0	0	0	0
Depreciación	0	1.500.000	1.500.000	2.700.000	1.200.000
Depreciación acumulada	0	1.500.000	3.000.000	5.700.000	6.900.000
Valor fiscal	4.500.000	3.000.000	5.100.000	2.400.000	3.600.000
Total activos depreciables					
Total valor actual	4.500.000	4.500.000	8.100.000	8.100.000	10.500.000
Total ajuste valor activo	0	0	0	0	0
Total depreciación	0	1.500.000	1.500.000	2.700.000	1.200.000
Total depreciación acumulada	0	1.500.000	3.000.000	5.700.000	6.900.000
Total valor fiscal	4.500.000	3.000.000	5.100.000	2.400.000	3.600.000
Activos amortizables a 3 años					
Valor actual	1.716.000	2.316.000	4.632.000	5.832.000	8.176.000
Ajuste valor activo	0	600.000	2.316.000	1.200.000	2.344.000
Amortización	0	572.000	772.000	1.544.000	1.372.000
Amortización acumulada	0	572.000	1.344.000	2.888.000	4.260.000
Valor fiscal	1.716.000	1.744.000	3.288.000	2.944.000	3.916.000
TOTAL ACTIVOS					
Valor actual	6.216.000	6.816.000	12.732.000	13.932.000	18.676.000
Ajuste valor activo	0	600.000	2.316.000	1.200.000	2.344.000
Deducciones tributarias	0	2.072.000	2.272.000	4.244.000	2.572.000
Deducciones tributarias acumulada	0	2.072.000	4.344.000	8.588.000	11.160.000
Valor fiscal	6.216.000	4.744.000	8.388.000	5.344.000	7.516.000

15.4 Técnico Gastos:

Gastos preoperativos (diferidos)	AÑO 0	2.015	2.016	2.017	2.018
Gastos de Constitución	500.000				
Investigación y desarrollo	500.000				
Desarrollo web	1.000.000				
Adecuación oficina/local	0				
Total gastos preoperativos	2.000.000				
Total inversión	8.216.000	600.000	5.916.000	1.200.000	4.744.000

GASTOS DE OPERACION	MES	2.015	2.016	2.017	2.018
Arriendo oficina virtual	1.000.000	12.000.000	12.480.000	12.979.200	13.498.368
Servicios Públicos	0	0	0	0	0
Bomberos		50.000	53.000	56.180	59.551
Impuestos Locales	0	3.823.600	6.189.128	6.872.268	7.903.108
Gastos de Mantenimiento		0	0	0	0
Registro Mercantil	0	50.000	55.000	60.500	66.550
Depreciación Equipos	0	0	0	0	0
Amortización	0	572.000	772.000	1.544.000	1.372.000
Total gastos de operación		16.495.600	19.549.128	21.512.148	22.899.577
Gastos de operación fijos		12.622.000	13.305.000	14.579.380	14.929.919
Gastos de operación variables		3.873.600	6.244.128	6.932.768	7.969.658

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	MES	2.015	2.016	2.017	2.018
Gastos de Publicidad		1.738.000	2.813.240	3.123.758	3.592.322
Gastos de Comisiones		0	0	0	0
Gastos de Capacitación		0	0	0	0
Asesoría Contable	300.000	3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510
Gastos de Representación	0	0	0	0	0
Gastos de Transporte	400.000	4.800.000	4.992.000	5.191.680	5.399.347
Gastos Papelería	100.000	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837
Asesoría Jurídica	300.000	3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510
Depreciación Muebles y Enseres		1.500.000	1.500.000	2.700.000	1.200.000
Total gastos de admon y vtas		16.438.000	18.041.240	20.100.878	19.640.527
Gastos de administrativos fijos		14.700.000	15.228.000	16.977.120	16.048.205
Gastos administrativos variables		1.738.000	2.813.240	3.123.758	3.592.322

ANÁLISIS DE COSTOS				
Costos/Gastos Fijos	2.015	2.016	2.017	2.018
Nómina	79,301,880	111,047,010	139,681,251	170,428,555
Gastos de operación	12,622,000	13,305,000	14,579,380	14,929,919
Gastos de Administración y ventas	14,700,000	15,228,000	16,977,120	16,048,205
Gastos preoperativos (Diferidos)	2,000,000	0	0	0
Total Costos/Gastos fijos	108,623,880	139,580,010	171,237,751	201,406,679
Costos Variables				
Costos variables (sin impuestos)	229,576,000	350,962,000	386,058,200	443,966,930
Gastos de Operación	3,873,600	6,244,128	6,932,768	7,969,658
Gastos de Administración	1,738,000	2,813,240	3,123,758	3,592,322
Total costos variables	235,187,600	360,019,368	396,114,726	455,528,909
Costo total	343,811,480	499,599,378	567,352,476	656,935,588
Numero productos o servicios	37	49	54	62
Costo Promedio producto o servicio promedio	9,292,202	10,195,906	10,526,020	10,598,299
Costo variable unitario promedio	6,356,422	7,347,334	7,349,067	7,349,018
Precio Promedio Unitario (Sin Iva)	9,394,595	11,482,612	11,590,939	11,590,939
Margen Unitario Promedio	3,038,173	4,135,278	4,241,872	4,241,920
Punto de Equilibrio	36	34	41	48
Costo total desembolsable	339,739,480	497,327,378	563,108,476	654,363,588
Costo promedio desembolsable	9,182,148	10,149,538	10,447,282	10,556,805
Cumplimiento del punto de equilibrio	103%	144%	131%	129%
Colchon de Efectivo	9,051,990	11,631,667	14,269,813	16,783,890

15.5 Nómina

CARGOS Y CONCEPTOS	2,015	2,016	2,017	2,018
Total salarios mensuales	7,770,000	8,941,383	9,299,039	9,671,000
Total salarios anuales	54,000,000	75,616,600	95,114,864	116,052,003
Total prestaciones sociales	11,790,000	16,509,624	20,766,745	25,338,021
Total aportes parafiscales	2,160,000	3,024,664	3,804,595	4,642,080
Total seguridad social	11,351,880	15,896,122	19,995,047	24,396,452
Total carga prestacional	25,301,880	35,430,410	44,566,387	54,376,553
Total costo de la nómina	79,301,880	111,047,010	139,681,251	170,428,555
Prima Junio	2,250,000	3,150,692	3,963,119	4,835,500
Prima Diciembre	2,250,000	3,150,692	3,963,119	4,835,500
Vacaciones diciembre	2,250,000	3,150,692	3,963,119	4,835,500
Cesantías Febrero	4,500,000	6,301,383	7,926,239	9,671,000
Interés cesantías febrero	540,000	756,166	951,149	1,160,520
Pagos otros meses	67,511,880	94,537,386	118,914,505	145,090,535
Pago fijo mensual	5,625,990	7,878,115	9,909,542	12,090,878
	74,261,880	109,029,461	137,861,413	168,474,422
Gerente General				
Salario básico mensual	2,500,000	3,671,383	3,818,239	3,970,968
Meses trabajados	12	12	12	12
Salario anual	30,000,000	44,056,600	45,818,864	47,651,619
Total prestaciones sociales	6,550,000	9,619,024	10,003,785	10,403,937
Total Aportes Parafiscales	1,200,000	1,762,264	1,832,755	1,906,065
Total Seguridad social	6,306,600	9,261,578	9,632,042	10,017,323
Total Carga prestacional	14,056,600	20,642,867	21,468,581	22,327,325
Neto a pagar en el año	44,056,600	64,699,467	67,287,445	69,978,943
Coordinador de eventos				
Salario básico mensual	1,000,000	1,000,000	1,040,000	1,081,600
Meses trabajados	12	12	12	12
Salario anual	12,000,000	12,000,000	12,480,000	12,979,200
Total prestaciones sociales	2,620,000	2,620,000	2,724,800	2,833,792
Total Aportes Parafiscales	480,000	480,000	499,200	519,168
Total Seguridad social	2,522,640	2,522,640	2,623,546	2,728,487
Total Carga prestacional	5,622,640	5,622,640	5,847,546	6,081,447
Neto a pagar en el año	17,622,640	17,622,640	18,327,546	19,060,647
Asistente Coordinador de eventos 1				
Salario básico mensual	660,000	660,000	686,400	713,856
Meses trabajados	-	-	12	12
Salario anual	-	-	8,236,800	8,566,272
Total prestaciones sociales	-	-	1,798,368	1,870,303
Total Aportes Parafiscales	-	-	329,472	342,651
Total Seguridad social	-	-	1,731,540	1,800,802
Total Carga prestacional	-	-	3,859,380	4,013,755
Neto a pagar en el año	-	-	12,096,180	12,580,027
Asistente Coordinador de eventos 2				
Salario básico mensual	660,000	660,000	686,400	713,856
Meses trabajados	-	-	-	12
Salario anual	-	-	-	8,566,272
Total prestaciones sociales	-	-	-	1,870,303
Total Aportes Parafiscales	-	-	-	342,651
Total Seguridad social	-	-	-	1,800,802

Total Carga prestacional	-	-	-	4,013,755
Neto a pagar en el año	-	-	-	12,580,027
Coordinador de ventas				
Salario básico mensual	1,000,000	1,000,000	1,040,000	1,081,600
Meses trabajados	12	12	12	12
Salario anual	12,000,000	12,000,000	12,480,000	12,979,200
Total prestaciones sociales	2,620,000	2,620,000	2,724,800	2,833,792
Total Aportes Parafiscales	480,000	480,000	499,200	519,168
Total Seguridad social	2,522,640	2,522,640	2,623,546	2,728,487
Total Carga prestacional	5,622,640	5,622,640	5,847,546	6,081,447
Neto a pagar en el año	17,622,640	17,622,640	18,327,546	19,060,647
Asistente Coordinador de ventas 1				
Salario básico mensual	660,000	660,000	686,400	713,856
Meses trabajados	-	-	12	12
Salario anual	-	-	8,236,800	8,566,272
Total prestaciones sociales	-	-	1,798,368	1,870,303
Total Aportes Parafiscales	-	-	329,472	342,651
Total Seguridad social	-	-	1,731,540	1,800,802
Total Carga prestacional	-	-	3,859,380	4,013,755
Neto a pagar en el año	-	-	12,096,180	12,580,027
Asistente Coordinador de ventas 2				
Salario básico mensual	660,000	660,000	686,400	713,856
Meses trabajados	-	-	-	12
Salario anual	-	-	-	8,566,272
Total prestaciones sociales	-	-	-	1,870,303
Total Aportes Parafiscales	-	-	-	342,651
Total Seguridad social	-	-	-	1,800,802
Total Carga prestacional	-	-	-	4,013,755
Neto a pagar en el año	-	-	-	12,580,027
Asistente de Gerencia				
Salario básico mensual	630,000	630,000	655,200	681,408
Meses trabajados	-	12	12	12
Salario anual	-	7,560,000	7,862,400	8,176,896
Total prestaciones sociales	-	1,650,600	1,716,624	1,785,289
Total Aportes Parafiscales	-	302,400	314,496	327,076
Total Seguridad social	-	1,589,263	1,652,834	1,718,947
Total Carga prestacional	-	3,542,263	3,683,954	3,831,312
Neto a pagar en el año	-	11,102,263	11,546,354	12,008,208

15.6 Legal:

IVA POR PAGAR

ITEM	2.015												Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.015
Iva cobrado en Ventas	2.048.000	2.048.000	2.048.000	2.048.000	4.288.000	4.288.000	4.288.000	4.288.000	7.168.000	7.168.000	7.168.000	8.768.000	55.616.000
Iva pagado en Compras	1.352.960	1.352.960	1.352.960	1.352.960	2.835.840	2.835.840	2.835.840	2.835.840	4.726.720	4.726.720	4.726.720	5.796.800	326.312.000
IVA a pagar	695.040	695.040	695.040	695.040	1.452.160	1.452.160	1.452.160	1.452.160	2.441.280	2.441.280	2.441.280	2.971.200	(270.696.000)

IMPUESTOS LOCALES

ITEM	2.015												Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.015
Impuesto de Industria y Comercio	140.800	140.800	140.800	140.800	294.800	294.800	294.800	294.800	492.800	492.800	492.800	602.800	3.823.600
Complementario de Avisos y Tableros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	140.800	140.800	140.800	140.800	294.800	294.800	294.800	294.800	492.800	492.800	492.800	602.800	3.823.600

AUTORRETENCIÓN CREE

ITEM	2.015												Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.015
Autoretención por el impuesto de renta a la equidad	38.400	38.400	38.400	38.400	80.400	80.400	80.400	80.400	134.400	134.400	134.400	164.400	1.042.800
Total Autorretención CREE por pagar	38.400	38.400	38.400	38.400	80.400	80.400	80.400	80.400	134.400	134.400	134.400	164.400	1.042.800

IVA POR PAGAR

ITEM	2.016												Total	Total	Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.016	2.017	2.018
Iva cobrado en Ventas	4.545.280	4.545.280	4.545.280	4.545.280	7.598.080	7.598.080	7.598.080	7.598.080	9.294.080	9.294.080	9.294.080	13.568.000	90.023.680	99.960.256	114.954.294
Iva pagado en Compras	2.835.840	2.835.840	2.835.840	2.835.840	4.726.720	4.726.720	4.726.720	4.726.720	5.796.800	5.796.800	5.796.800	8.513.280	56.153.920	61.769.312	71.034.709
IVA a pagar	1.709.440	1.709.440	1.709.440	1.709.440	2.871.360	2.871.360	2.871.360	2.871.360	3.497.280	3.497.280	3.497.280	5.054.720	33.869.760	38.190.944	43.919.586

IMPUESTOS LOCALES

ITEM	2.016												Total	Total	Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.016	2.017	2.018
Impuesto de Industria y Comercio	312.488	312.488	312.488	312.488	522.368	522.368	522.368	522.368	638.968	638.968	638.968	932.800	6.189.128	6.872.268	7.903.108
Complementario de Avisos y Tableros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	312.488	312.488	312.488	312.488	522.368	522.368	522.368	522.368	638.968	638.968	638.968	932.800	6.189.128	6.872.268	7.903.108

AUTORRETENCIÓN CREE

ITEM	2.016												Total	Total	Total
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	2.016	2.017	2.018
Autoretención por el impuesto de renta a la equidad	85.224	85.224	85.224	85.224	142.464	142.464	142.464	142.464	174.264	174.264	174.264	254.400	1.687.944	1.874.255	2.155.393
Total Autorretención CREE por pagar	85.224	85.224	85.224	85.224	142.464	142.464	142.464	142.464	174.264	174.264	174.264	254.400	1.687.944	1.874.255	2.155.393

15.7 Flujo de Caja:

ITEM	2015												Total 2015	
	Año 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Caja Inicial	-	36,784,000	32,287,395	27,790,791	23,294,186	18,797,582	16,169,937	14,072,453	14,124,968	14,177,484	14,512,479	20,656,114	26,799,750	36,784,000
Ingresos Netos	-	14,080,000	14,080,000	14,080,000	14,080,000	29,480,000	29,480,000	29,480,000	29,480,000	49,280,000	49,280,000	49,280,000	60,280,000	382,360,000
TOTAL DISPONIBLE	-	50,864,000	46,367,395	41,870,791	37,374,186	48,277,582	45,649,937	43,552,453	43,804,968	63,457,484	63,792,479	69,936,114	87,079,750	419,144,000
Inversiones en activos	6,216,000	-	-	-	-	-	-	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	600,000
Egresos por compra de materia prima o insumos	-	9,808,960	9,808,960	9,808,960	9,808,960	20,559,840	20,559,840	20,559,840	20,559,840	34,268,720	34,268,720	34,268,720	42,026,800	266,308,160
Egresos por nómina	-	5,625,990	5,625,990	5,625,990	5,625,990	5,625,990	7,875,990	5,625,990	5,625,990	5,625,990	5,625,990	5,625,990	10,125,990	74,261,880
Egresos por gastos de operación	-	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	1,008,333	12,100,000
Egresos por gastos de administración y ventas	-	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	1,244,833	14,938,000
Egresos por gastos preoperativos diferidos	2,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos Iva	-	-	-	-	-	2,780,160	-	-	-	-	5,808,640	-	-	8,588,800
Egresos retefuente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos por gastos financieros	-	100,000	92,115	84,151	76,108	67,984	59,779	51,492	43,122	34,668	26,130	17,507	8,797	661,855
Egresos por pagos de Capital	-	788,488	796,373	804,336	812,380	820,504	828,709	836,996	845,366	853,819	862,358	870,981	879,691	10,000,000
Egresos impuestos locales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos impuesto de renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos impuesto para la equidad CREE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS	8,216,000	18,576,605	18,576,605	18,576,605	18,576,605	32,107,645	31,577,485	29,427,485	29,427,485	48,945,005	43,136,365	43,136,365	55,394,445	387,458,695
NETO DISPONIBLE	(8,216,000)	32,287,395	27,790,791	23,294,186	18,797,582	16,169,937	14,072,453	14,124,968	14,177,484	14,512,479	20,656,114	26,799,750	31,685,305	31,685,305
Aporte de Socios	35,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Prestamo	10,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución de Excedentes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAJA FINAL	36,784,000	32,287,395	27,790,791	23,294,186	18,797,582	16,169,937	14,072,453	14,124,968	14,177,484	14,512,479	20,656,114	26,799,750	31,685,305	31,685,305

ITEM	2016												Total 2016	Total 2017	Total 2018
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre			
Caja Inicial	31,685,305	21,280,673	12,026,081	11,916,489	11,806,897	12,138,665	16,157,501	23,327,029	30,496,557	30,082,565	41,154,012	52,225,460	66,684,245	83,654,629	
Ingresos Netos	31,248,800	31,248,800	31,248,800	31,248,800	52,236,800	52,236,800	52,236,800	52,236,800	63,896,800	63,896,800	63,896,800	93,280,000	618,912,800	687,226,760	790,310,774
TOTAL DISPONIBLE	62,934,105	52,529,473	43,274,881	43,165,289	64,043,697	64,375,465	68,394,301	75,563,829	94,393,357	93,979,365	105,050,812	145,505,460	650,596,105	753,911,005	873,965,403
Inversiones en activos	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	493,000	5,916,000	1,200,000	4,744,000
Egresos por compra de materia prima o insumos	20,559,840	20,559,840	20,559,840	20,559,840	34,268,720	34,268,720	34,268,720	34,268,720	42,026,800	42,026,800	42,026,800	61,721,280	407,115,920	447,827,512	515,001,639
Egresos por nómina	7,878,115	12,918,115	7,878,115	7,878,115	7,878,115	11,028,807	7,878,115	7,878,115	7,878,115	7,878,115	7,878,115	14,179,499	109,029,461	137,861,413	168,474,422
Egresos por gastos de operación	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	1,049,000	12,588,000	13,095,880	13,624,469
Egresos por gastos de administración y ventas	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	1,378,437	16,541,240	17,400,878	18,440,527
Egresos por gastos preoperativos diferidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos Iva	10,295,040	-	-	-	6,837,760	-	-	-	11,485,440	-	-	-	28,618,240	41,007,189	42,010,038
Egresos retefuente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos por gastos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por pagos de Capital	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Egresos impuestos locales	-	3,823,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,823,600	6,189,128	6,872,268
Egresos impuesto de renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos impuesto para la equidad CREE	-	281,400	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	281,400	5,674,376	5,165,921
TOTAL EGRESOS	41,653,432	40,603,392	31,358,392	31,358,392	51,905,032	48,217,964	45,067,272	45,067,272	64,310,792	52,825,352	52,825,352	78,821,215	583,913,861	670,256,376	774,333,284
NETO DISPONIBLE	21,280,673	12,026,081	11,916,489	11,806,897	12,138,665	16,157,501	23,327,029	30,496,557	30,082,565	41,154,012	52,225,460	66,684,245	66,684,245	83,654,629	99,632,119
Aporte de Socios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Prestamo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución de Excedentes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAJA FINAL	21,280,673	12,026,081	11,916,489	11,806,897	12,138,665	16,157,501	23,327,029	30,496,557	30,082,565	41,154,012	52,225,460	66,684,245	66,684,245	83,654,629	99,632,119

15.8 Balance General y Estado de Resultados

BALANCE GENERAL					
ACTIVO	Año 0	2,015	2,016	2,017	2,018
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	36,784,000	31,685,305	66,684,245	83,654,629	99,632,119
Cuentas por Cobrar- Clientes	-	-	-	-	-
Anticipo Impuesto a la equidad (CREE)	-	1,042,800	1,687,944	1,874,255	2,155,393
Anticipo Impuesto de Renta (Retefuente)	-	20,856,000	54,614,880	92,099,976	131,620,391
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	36,784,000	52,541,305	121,299,125	175,754,605	231,252,511
ACTIVO FIJO					
Activos depreciables	4,500,000	4,500,000	8,100,000	8,100,000	10,500,000
Depreciación acumulada	-	1,500,000	3,000,000	5,700,000	6,900,000
Activos amortizables	1,716,000	2,316,000	4,632,000	5,832,000	8,176,000
Amortización acumulada	-	572,000	1,344,000	2,888,000	4,260,000
Gastos diferibles	2,000,000	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS FIJOS	8,216,000	4,744,000	8,388,000	5,344,000	7,516,000
TOTAL ACTIVOS	45,000,000	57,285,305	129,687,125	181,098,605	238,768,511
PASIVO + PATRIMONIO					
PASIVO					
Carga Prestacional por Pagar	-	5,040,000	7,057,549	8,877,387	10,831,520
Cuentas por pagar- Proveedores	-	-	-	-	-
Impuesto de Renta	-	-	-	3,587,445	7,691,094
Impuesto CREE	-	281,400	5,674,376	5,165,921	5,537,588
Impuestos locales por pagar	-	3,823,600	6,189,128	6,872,268	7,903,108
Iva por pagar	-	10,295,040	15,546,560	12,730,315	14,639,862
Obligaciones financieras	10,000,000	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	10,000,000	19,440,040	34,467,613	37,233,336	46,603,171
PATRIMONIO					
Capital	35,000,000	35,000,000	35,000,000	35,000,000	35,000,000
Resultados de Ejercicios Anteriores	-	-	2,845,265	60,219,512	108,865,269
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	-	2,845,265	57,374,246	48,645,757	48,300,070
Reserva Legal	-	-	-	-	-
TOTAL PATRIMONIO	35,000,000	37,845,265	95,219,512	143,865,269	192,165,339
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	45,000,000	57,285,305	129,687,125	181,098,605	238,768,511
Prueba de balance	-	-	-	-	-

ESTADO DE RESULTADOS					
ITEM	2,015	2,016	2,017	2,018	
Ventas netas	347,600,000	562,648,000	624,751,600	718,464,340	
Costos variables	229,576,000	350,962,000	386,058,200	443,966,930	
Costo nomina	79,301,880	111,047,010	139,681,251	170,428,555	
Gastos de Operación	16,495,600	19,549,128	21,512,148	22,899,577	
Gastos de Administración y Ventas	16,438,000	18,041,240	20,100,878	19,640,527	
Gastos preoperativos (diferidos)	2,000,000	-	-	-	
Gastos financieros	661,855	0	0	0	
Utilidad gravable	3,126,665	63,048,622	57,399,124	61,528,752	
Impuesto de Renta	-	-	3,587,445	7,691,094	
Impuesto a la Equidad (CREE)	281,400	5,674,376	5,165,921	5,537,588	
Utilidad neta	2,845,265	57,374,246	48,645,757	48,300,070	
Reserva legal	-	-	-	-	
Utilidad del periodo	2,845,265	57,374,246	48,645,757	48,300,070	
ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS					
Costos variables	66.0%	62.4%	61.8%	61.8%	
Costo nomina	22.8%	19.7%	22.4%	23.7%	
Gastos de Operación	4.7%	3.5%	3.4%	3.2%	
Gastos de Administración y Ventas	4.7%	3.2%	3.2%	2.7%	
Gastos preoperativos (diferidos)	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	
Gastos financieros	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	
Utilidad gravable	0.9%	11.2%	9.2%	8.6%	
Impuesto de Renta	0.0%	0.0%	0.6%	1.1%	
Impuesto a la Equidad (CREE)	0.1%	1.0%	0.8%	0.8%	
Utilidad neta	0.8%	10.2%	7.8%	6.7%	
Reserva legal	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
Utilidad del periodo	0.8%	10.2%	7.8%	6.7%	