



VOTOS DE AMOR

AUTOR:

JHOVANA CANO CUERO

PROYECTO DE GRADO II

DIRECTORA DE PROYECTO DE GRADO:

CAROLINA LÓPEZ SAA

DOCENTE

ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE GRADO II

SANTIAGO DE CALI

2013

Jhovanacano@gmail.com Cel: 3175135709

Tabla de contenido

1. OBJETIVOS	8
2. METODOLOGÍA	9
3. OPORTUNIDAD DE EMPRESA	10
3.1 Concepto de empresa	10
3.2 Modelo de empresa	10
3.3 Medio ambiente.....	11
3.3.1 <i>Impacto</i> de la empresa al medio ambiente:	11
3.3.2 <i>Impacto</i> del medio ambiente a la empresa:	11
3.4 Clientes con pedido.....	11
3.4.1 <i>Mercado objetivo</i>	11
3.4.2 <i>Variables a investigar</i>	11
3.4.3 <i>Herramienta de investigación:</i>	12
3.5 Análisis de los competidores.....	12
3.6 Información del entorno:.....	12
3.7 Tendencia en productos	12
3.8 Recurso humano.....	13
3.9 Tecnología	13
3.10 Recursos Financieros	13
3.11 Redes empresariales:.....	14
3.12 Conclusiones de la oportunidad	14
4. ANÁLISIS DEL MERCADO	15
4.1 Productos y servicios.....	15
4.1.1 <i>Productos</i>	15
4.1.2 <i>Servicios</i>	15
4.2 Clientes.....	16
4.3 Tamaño del mercado global	16
4.4 Competencia	17
4.5 Tendencia en productos	18

4.5.1	Productos y servicios.....	18
4.5.2	Programas:.....	19
5.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	20
5.1	Síntesis de la investigación.....	20
5.2	Análisis de datos y resultados:.....	20
5.3	Conclusiones de la investigación.....	22
6.	PLAN DE MERCADEO.....	23
6.1	Estrategia de precio.....	23
6.2	Estrategia de venta:.....	23
6.3	Estrategia promocional.....	24
6.4	Estrategia de distribución.....	24
6.5	Políticas de servicios.....	24
6.6	Tácticas de ventas.....	24
7.	ANÁLISIS TÉCNICO.....	25
7.1	Productos.....	25
7.1.1	<i>Sí, acepto</i>	25
7.1.2	<i>El final de un gran comienzo:</i>	25
7.1.3	<i>Paso a paso</i>	25
7.1.4	<i>Vistiendo la ilusión</i>	26
7.1.5	<i>Formación integral</i>	26
7.1.6	<i>Tu nuevo hogar:</i>	27
7.1.7	<i>Club de Novias</i>	27
7.1.8	<i>Regalos de Votos de Amor</i>	27
7.1.9	<i>Nuestro primer viaje casados</i>	27
7.2	Facilidades.....	28
7.3	Proceso del servicio.....	28
7.4	Plan de compras.....	29
7.5	Sistema de control.....	29
8.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	29
8.1	Organización.....	29

8.2	Personal ejecutivo:.....	30
9.	ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL.....	31
9.1	Análisis legales.....	31
9.1.1	Constitución:.....	31
9.1.2	Constitución y Prueba de la Sociedad.....	31
9.1.3	Registro de Marca:.....	31
9.1.4	Estímulos existentes para la empresa.....	32
9.2	Análisis ambiental.....	¡Error! Marcador no definido.
9.3	Análisis social.....	¡Error! Marcador no definido.
10.	ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES.....	33
11.	ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	33
11.1	Análisis económico.....	33
11.1.1	Inversión en activos fijos.....	33
11.1.2	Capital de trabajo:.....	34
11.1.3	Presupuesto de ingresos (ventas):.....	34
11.1.4	Insumos y compras:.....	35
11.1.5	Gastos de personal (Mano de obra):.....	35
11.1.6	Gastos de operación o gastos de fabricación:.....	35
11.1.7	Gastos de administración y ventas:.....	35
11.1.8	Análisis de costos:.....	35
11.2	Análisis financiero.....	36
11.2.1	Flujo de caja:.....	36
11.2.2	Estado de resultados:.....	36
11.2.3	Balance General:.....	36
11.3	Evaluación.....	36
11.3.1	TIR:.....	36
11.3.2	VAN:.....	36
11.4	Viabilidad del negocio.....	37
12.	Conclusiones de la investigación.....	37

ANEXOS

Anexo A Informe del Supernotariado.

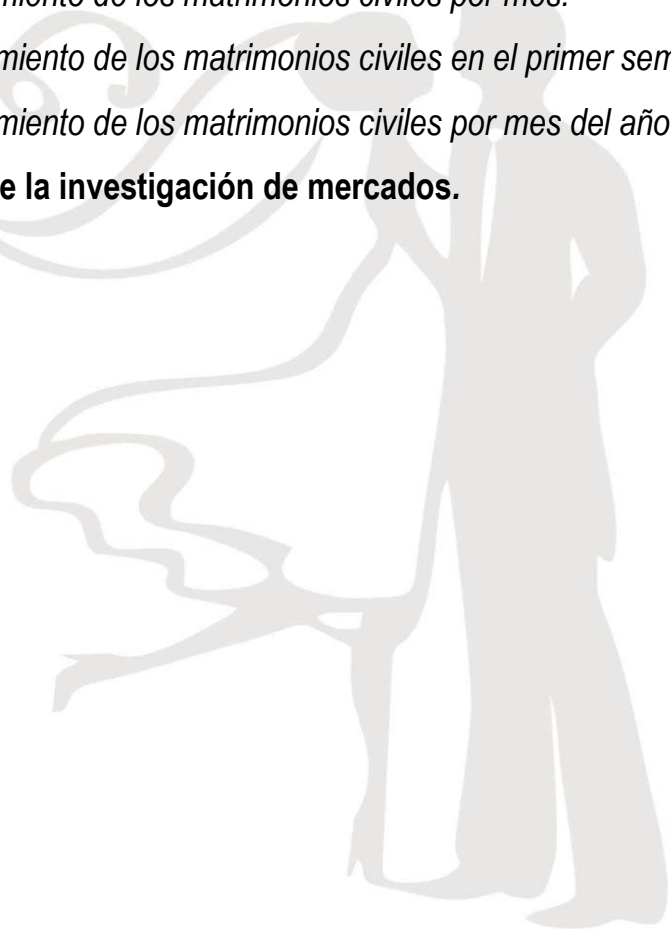
Anexo A.1 Matrimonio civiles año 201 en Colombia.

Anexo A.2 Comportamiento de los matrimonios civiles por mes.

Anexo A.3 Comportamiento de los matrimonios civiles en el primer semestre del 2012.

Anexo A.4 Comportamiento de los matrimonios civiles por mes del año 2012.

Anexo B Graficas de la investigación de mercados.



RESUMEN

El trabajo de investigación presenta el desarrollo del modelo de idea y plan de negocio sugerido por el CDEE para la empresa Votos De Amor.

Votos de Amor se establecerá en la ciudad de Cali con el propósito de brindar un servicio de organización de eventos exclusivos e innovadores. En particular nuestros programas se adaptan a lo que hoy en día necesita una pareja de una comunidad cristiana que va a emprender un proyecto como lo es una familia. Queremos que nuestros clientes nos prefieran no sólo por las relaciones estratégicas que tenemos con proveedores sino porque nuestro servicio nos caracteriza. La asesoría integral que se les brindará a nuestros clientes les proporciona la tranquilidad de que su evento se encuentra en las mejores manos.

En el proceso de investigación se recolectan datos del mercado, competidores directos e indirectos y clientes potenciales para la creación de productos innovadores que permitan la satisfacción de las necesidades y preferencias del mercado actual, además se realizaron los diferentes análisis requeridos para la evaluación de la viabilidad de un proyecto de planeación y ejecución de eventos.

Palabras Claves: Planeación y ejecución de eventos, Acompañamiento, Bodas, Servicio personalizado, Presupuesto, innovación, coordinar recursos, aliados estratégicos, exclusividad.

INTRODUCCIÓN

Es importante para mi realizar la presente investigación ya que el proyecto que describo a continuación no es solo una actividad académica sino que es el proyecto personal que deseo desarrollar.

Mediante el plan de empresa descrito en este documento se analizará cada uno de los aspectos que impactan la creación de una organización dedicada a la planeación y ejecución de eventos y se conocerán los productos y servicios innovadores que ofreceremos en Votos De Amor para satisfacer las necesidades identificadas en el mercado objetivo de la empresa.

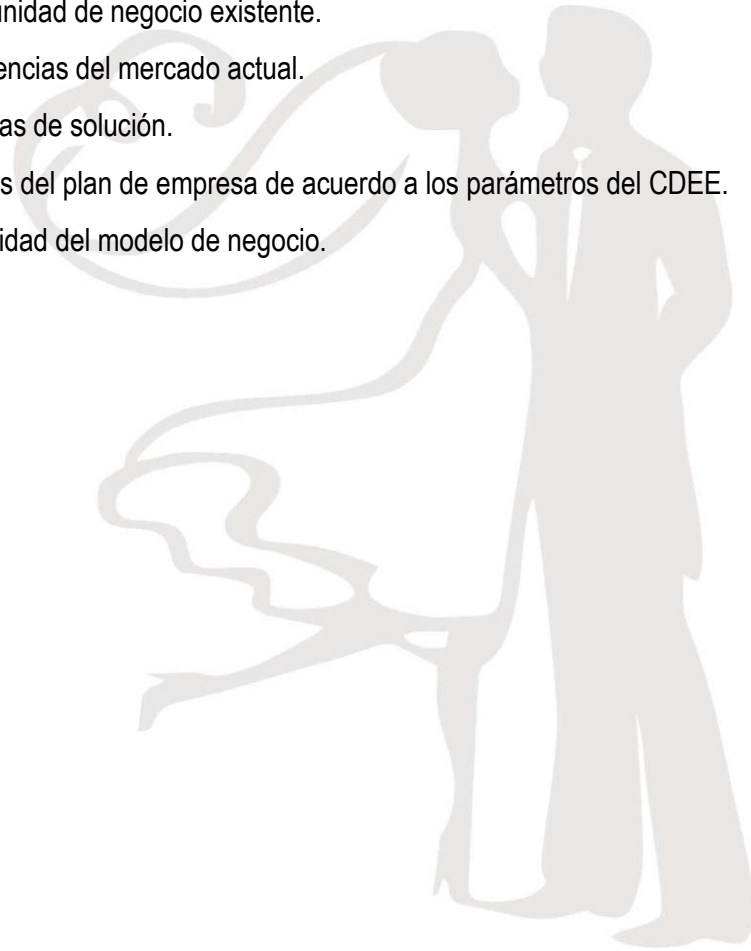
Para llevar a cabo el proyecto se implementó el modelo de plan de negocio desarrollado por el CDEE y se evaluaron las variables pertinentes para analizar la viabilidad de la oportunidad de empresa identificada.

1. OBJETIVOS

Objetivo general: Generar el plan de negocio de Votos De Amor, empresa encargada de la planeación y ejecución de eventos.

Objetivos específicos:

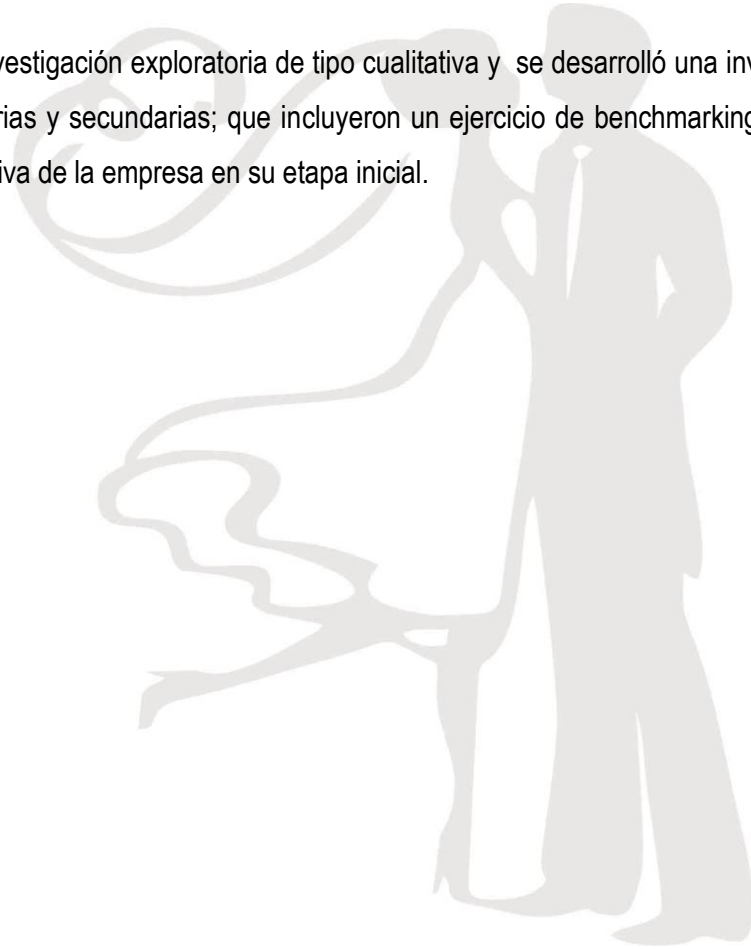
- Detectar la oportunidad de negocio existente.
- Validar las preferencias del mercado actual.
- Diseñar alternativas de solución.
- Realizar el análisis del plan de empresa de acuerdo a los parámetros del CDEE.
- Analizar la viabilidad del modelo de negocio.



2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del proyecto se implementó el modelo de oportunidad y plan de negocio desarrollado por el CDDEE. Con base en estos modelos se hizo un análisis de cada una de las variables sugeridas, para de esta forma abarcar todos los temas relacionados con el análisis integral de la oportunidad de empresa a desarrollar.

Se realizó una investigación exploratoria de tipo cualitativa y se desarrolló una investigación integral de fuentes primarias y secundarias; que incluyeron un ejercicio de benchmarking para identificar la posición competitiva de la empresa en su etapa inicial.



3. OPORTUNIDAD DE EMPRESA

3.1 Concepto de empresa










Votos de Amor es una empresa que se encargará de planear, organizar y ejecutar boda brindando un acompañamiento personalizado a las parejas que desean casarse. La empresa coordinará todos los recursos requeridos para adaptar las ideas y presupuesto de los clientes a las soluciones innovadoras que se ofrecerán, superando las expectativas de las parejas y haciendo de cada boda un momento inolvidable.

3.2 Modelo de empresa

Modelo de Empresa CANVAS

Empresa:

Votos de amor

ENTORNO		COMPETENCIA			
<p>ALIANZAS CLAVES</p>  <p>En Votos de Amor contamos con aliados estratégicos para ofrecerte a nuestros clientes servicios tales como invitaciones, ceremonia, banquete y fiesta, decoración, música, fotos y video, detalles de invitados, transporte, joyería, trajes de la novia y el novio, tratamientos de belleza, noche de bodas, viaje de los novios, entre otros. La idea es que nuestros clientes encuentren en nosotros una solución integral para cada una de las etapas que la planeación de una boda implica. La motivación que tienen nuestros aliados estratégicos es que el programa de referidos también es para ellos y que en la medida de que seamos un equipo excelente nuestro canal de distribución más efectivo será el voz a voz.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p>  <p>La actividad comercial es una de las actividades</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>  <p>Votos de amor es una empresa que está comprometida con sus clientes a brindar una asesoría personalizada, integral e innovadora en la planeación y ejecución de bodas. Somos parte del proceso no solo de la planeación del evento sino de la preparación espiritual, emocional y física que debe tener una pareja por medio de un paquete de formación integral. Adaptamos los anhelos y sueños de cada pareja a nuestras soluciones innovadoras, garantizando que su evento está en las mejores manos y que la planeación de este hermoso acontecimiento no solo será especial sino que unirá aún más lazos afectivos y espirituales en la futura familia. Trabajamos con cuidado y dedicación en cada uno de los detalles que este evento implica ocupándonos de la supervisión y logística desde el comienzo hasta el final. Nosotros nos encargamos de todo para que ni la pareja de novios ni su familia se preocupe por nada.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES</p>  <p>En votos de amor no solo somos wedding planner, trabajamos para que nuestros clientes sientan que somos cómplices de esta hermosa decisión que han tomado y que cuentan con el respaldo de un equipo de excelentes expertos y proveedores que trabajan comprometidos para que este día sea tal y como lo han soñado. En Votos de amor brindamos una asesoría y un acompañamiento personalizado en cada una de las etapas de la planeación y ejecución de una boda garantizando una excelente calidad en el servicio. Nuestros clientes al elegir tendrán la tranquilidad de que su evento está en las mejores manos.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p>  <p>Parejas cristianas ubicadas en la ciudad de Cali que han tomado la decisión de contraer matrimonio y desean obtener una asesoría personalizada para la planeación y ejecución de su boda.</p>	
	<p>RECURSOS CLAVES</p>  <p>Excelente plan de minutos a celular, un medio de transporte para visitar nuestros aliados y proveedores, continuas capacitaciones en protocolo y temas relacionados.</p>		<p>CANALES</p>  <p>Se diseñará un brochure online en donde las personas podrán tener información de la empresa y por donde se podrán comunicar con nosotros. Este brochure también se tendrá físico y permanecerá a modo de información en cada una de las cedes de la iglesia para que las personas puedan obtener información cuando así lo requieran. Nuestros proveedores también serán el canal de distribución ya que serán nuestros aliados estratégicos para el plan de referidos.</p>		
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>  <p>Plan de minutos a celular. Gasolina del medio de transporte. Inversión en capacitaciones. Elementos propios y diferenciadores con los que cuenta la empresa (decoración). A largo plazo una oficina para reuniones. Actualización brochure online y físico.</p>			<p>INGRESOS</p>  <p>Nuestros ingresos serán por la planeación de la boda y adicional a esto la empresa recibirá comisiones por parte de los proveedores o empresas prestadoras de servicio por cada una de las parejas que Votos de Amor les refiera para adquirir sus servicios.</p>		

3.3 Medio ambiente

3.3.1 *Impacto de la empresa al medio ambiente:*

- Como todos conocemos en un evento especialmente en la hora de la cena se presenta mucha oportunidad de reciclar. Para nosotros es importante el medio ambiente y es por eso que contaremos con una persona encargada de que en cada evento se haga cargo de hacer una separación de residuos.
- Utilizamos un catálogo online o página web lo que permite que la impresión de información e nuestra empresa se haga solo en el caso que sea necesario.
- Nos comprometemos no solo a realizar este tipo de iniciativas nosotros como empresa sino a compartir la visión con proveedores y clientes.

3.3.2 *Impacto del medio ambiente a la empresa:*

- El clima es uno de los factores que como empresa siempre debemos tener en cuenta ya que en una boda es necesario que se prevean todos aquellos detalles para estar preparados en caso de que este intervenga en la realización del evento.

3.4 *Clientes con pedido*

3.4.1 *Mercado objetivo:*

Parejas cristianas de la ciudad de Cali, que han tomado la decisión de casarse y desean recibir una asesoría integral en el proceso.

3.4.2 *Variables a investigar*

Es necesario que para el desarrollo de la idea de negocio conozcamos las características principales de nuestros futuros clientes y conozcamos la dinámica que se tiene en las comunidades cristianas este evento.

Las características más importantes que la empresa debe tener en cuenta del nicho elegido como mercado objetivo son:

- Proceso o etapas que viven las parejas antes de casarse por dirección de la comunidad a la que asisten. (Para estimar el número de matrimonios en el corto plazo)
- ¿Qué hace que las parejas tomen dicha decisión y quiénes intervienen en dicho proceso? (Para determinar las personas que intervienen y su disposición para la intervención de la empresa).

- Cuáles son sus preferencias en el momento de celebrar su boda. (Determinar estilos, preferencias y tendencias)
- Preparación de la pareja para el matrimonio. (Si se incluyen elementos adicionales a la ceremonia y la celebración; por ejemplo, preparación y eventos previos como compromisos).
- Cuanto están dispuestos a invertir en su boda y presupuesto con el que podrían contar en caso de casarse. (Disposición de pago).
- Que disposición tienen las personas para que una planeadora de bodas les ayude en cada detalle que este evento requiere.

3.4.3 Herramienta de investigación:

- Se diseñara una encuesta en donde se abarcara los temas anteriormente mencionados con el fin de conocer aún más las preferencias de las personas cristianas en cuanto al desarrollo de su boda.
- Se realizaran también entrevistas a profundidad con personas que están en el gremio y a quienes conozco para que me cuenten su experiencia como organizadores de eventos y con los que pueda conocer detalles del negocio.

3.5 Análisis de los competidores

Se consideran como competidores a empresas que en la ciudad de Cali prestan el servicio de la organización de eventos y casa de banquetes que ofrecen a los clientes servicios para llevar a cabo cualquier evento. Generalmente ninguna de estas empresas se ha especializado en un evento en particular. En el caso nuestro, estaríamos enfocados en la planeación integral de bodas cristianas. Esta información será ampliada en pág. 19.

3.6 Información del entorno:

Se hizo una investigación tomando la información suministrada en el supernotariado en donde nos dan información acerca de los matrimonios por lo civil que se han realizado en el año 2011 y en el primer semestre del 2012. Esta información será ampliada en la pág. 20.

3.7 Tendencia en productos

Se realizó un análisis de los principales productos sustitutos que manejan los competidores directos e indirectos de Votos De Amor, para analizar los productos diferenciadores que podemos ofrecer para atraer nuestro mercado. Esta información será ampliada en la pág. 18.

3.8 *Recurso Humano*

La empresa cuenta con una fortaleza y es que inicialmente necesita de poco personal para su funcionamiento. Se ha planteado tener un Gerente general, una asesora comercial y una contadora las cuales tendrán funciones específicas dentro de la empresa. Esta información será ampliada en la pág. 30.

3.9 *Tecnología*

- Nuestra empresa desea contar con una plataforma virtual para que nuestros clientes obtengan información acerca de la empresa. Hemos entendido que las estrategias de mercadeo en internet son muy importantes y por eso queremos contar con una página web muy completa que les permita tener a nuestros clientes información de quienes somos nosotros y lo que nos caracteriza y diferencia de las demás empresas organizadoras de eventos.
- En cuanto a los espacios nuestra empresa se manejaría desde la página web y también se diseñaran catálogos físicos que puedan ser utilizados para el ofrecimiento que se va a realizar en eventos a los cuales seamos invitados.
- Un computador portátil.
- Un celular con excelente plan de minutos e internet ilimitado.
- Un Ipad en el cual yo pueda manejar fácilmente nuestros catálogos y optimizar el tiempo con los clientes.

3.10 *Recursos Financieros*

Para empezar la empresa necesita un capital inicial para la elaboración de brochure online y físicos que permitan afianzar el plan de mercado y estrategias de promoción y distribución que se desea emplear.

Para empezar se tomara un microcrédito con el Banco de Occidente quien maneja unas tasa preferenciales para los empleados de la misma corporación, dichos intereses serán pagados mes vencido.

A mediano plazo Votos de Amor desea empezar a adquirir elementos propios diferenciadores de decoración que permitan a sus clientes tener una amplia gama de elementos no convencionales para el evento. Esta información será ampliada en la pág. 33..

3.11 Redes empresariales:

- **Proveedores de servicios**

Estos proveedores serán los encargados de temas como administradores o asesores de salones y haciendas, empresa que prepara el banquete, meseros, músicos, Dj y decoradores, proveedor de menaje, empresa de alquileres de carros por si los novios desean este servicio, alquiler de tarimas y carpas, diseñador de tarjetas, fotógrafo especializado capacitado en nuevas tendencias, entre otros servicios.

- **Líderes (Aliados):**

Es necesario tener una excelente comunicación con aquellas personas que intervienen también en el matrimonio de parejas cristianas dentro de una organización con confesión religiosa, ellos serán quienes nos van a referir los posibles clientes que vamos a tender y serán ellos quienes nos permitirá contactarnos y así empezar a trabajar juntos.

3.12 Conclusiones de la oportunidad

Considero que *Votos de Amor* como está diseñada y planteada es una oportunidad extraordinaria ya que aunque en la ciudad de Cali existen muchas empresas que ofrecen la organización de eventos, no existe una que utilice todos sus esfuerzos en organizar un evento tan especial como lo es una boda. La empresa estaría dirigida a apoyar en esta decisión a las parejas de novios desde el principio hasta el final de una forma integral y abarcando cada detalle que este maravilloso evento implica. Las parejas con fuertes convicciones religiosas no cuentan actualmente con la bendición de tener una planeadora de bodas que les brinde un programa tan completo y personalizado, en donde la ceremonia, el protocolo y el diseño sean completamente especiales. La empresa adicional a organizar la boda, vive el proceso paso a paso con las parejas de recibir la bendición de Dios para sus hogares y somos testigos del pacto de amor que hacen frente a Dios y frente a sus seres queridos. Estamos comprometidos con sus sueños y trabajamos para garantizar que el día de su matrimonio y el proceso de preparación para el mismo sea una inolvidable experiencia en donde los novios solo deban fortalecer su unión y nosotros nos encargaremos de todo lo demás.

De acuerdo a lo anteriormente descrito estamos seguros que Cali necesita una empresa que le ofrezca integralmente un servicio de calidad, innovador y que se ajusta de forma adecuada al presupuesto de cada pareja..

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

Nuestra empresa les ofrece a nuestros clientes el acompañamiento integral en la planeación y ejecución de su evento. Nuestros clientes tendrán una asesoría integral y contarán con paquetes exclusivos y diseñados para satisfacer todas las necesidades. Para votos de amor es importante trabajar a la medida de cada cliente, es por eso que hemos creado diferentes paquetes tales como Premium, Gold, Silver, Despedida, Formación integral y Compromiso.

4.1 Productos y servicios

4.1.1 Productos

- *Sí, acepto:* Le ofrecemos a nuestros clientes la asesoría para que hagan la propuesta de matrimonio de una forma innovadora y generando una experiencia BTL para la que será su esposa.
- *El final de un gran comienzo:* Asesoría integral para que los novios puedan despedir su soltería con experiencias inolvidables.
- *Paso a paso:* En este programa estará la lista de chequeo para la planeación de cada uno de los detalles del gran día. De una forma organizada llevaremos de la mano a nuestros clientes para que juntos planeemos este día tan especial.
- *Vistiendo la ilusión:* Damos asesoría personalizada a los protagonistas de la boda para que luzcan ese día tal y como se lo han soñado.
- *Formación integral:* Votos de amor conoce que nuestros clientes tienen unas áreas claves en las que deben capacitarse no sólo para una noche sino para toda una vida, es por esta razón que brindamos un acompañamiento integral.

4.1.2 Servicios

- *Tu nuevo hogar:* Servicio opcional en donde le enseñaremos a nuestras parejas lo que tienen que tener en cuenta para su nuevo hogar.

- Club de Novios: En este blog nuestros clientes podrán obtener información de los clientes que hemos tenido, estarán sus comentarios y recomendaciones, foros y temas de interés.
- *Regalos de Votos de Amor:*
 - ✓ Taller de cocina.
 - ✓ Tips para ellas y para ellos.
 - ✓ Como Dios manda y la historia de amor que apenas empieza (Conferencias).
 - ✓ Casados y aún felices (Celebración en su primer aniversario).
- *Nuestro primer viaje casados:* Votos de amor tendrá la posibilidad de asesorar a cada pareja de acuerdo a su presupuesto y anhelo y planificar este viaje de tal modo de que sea inolvidable.

4.2 Clientes

Los clientes potenciales de votos de amor están ubicados en la ciudad de Cali, del estrato 3 en adelante. Inicialmente se va a penetrar en el nicho de personas cristianas que tengan la intención de contraer matrimonio y desean tener un respaldo integral para llevar a cabo este evento. Los hábitos de las personas que nos buscan para la preparación de sus bodas, son personas que les gusta hacer las cosas de una forma organizada, que desean la ayuda de un experto para que juntos podamos realizar su boda, son personas que quizás por falta de tiempo necesitan que trabajemos con ellos y para ellos, son personas que les gusta la innovación y están seguros que somos la mejor opción para vivir el proceso hacia la formación de una familia.

4.3 Tamaño del mercado global

De acuerdo a la información que nos suministra la página del supernotariado en donde nos dan información acerca de los matrimonios por lo civil que se han realizado en el país en el año 2.011, el Valle en especial la ciudad de Cali se encuentra como la segunda ciudad en donde más se realizan matrimonios. Es muy importante tener en cuenta esta variable ya que muchas de las comunidades cristianas no tienen el permiso para casar parejas y es por esto que las parejas cristianas deben primero formalizar su unión por medio de una notaría y posteriormente realizar la boda con la persona encargada en su comunidad. Como se puede observar en el año 2.011 se casaron 8.014 parejas en la región del Valle y en la ciudad de Cali 4.833 parejas en total, esto nos indica que del total de bodas por lo civil que se realizaron en Colombia en el año 2.011 el 18,1 % son celebradas en la ciudad de Cali, lo que nos da el indicio de que los

caleños les sigue pareciendo importante formar su unión mediante el compromiso del matrimonio. **(Ver Anexo No.1)**

En la gráfica del comportamiento de los matrimonios civiles en Colombia en el año 2.011 podemos observar que a las personas no les gusta comprometerse o realizar estos eventos a principios de año y que toman la decisión con más frecuencia a mitad de año y a finales del mismo. En los meses que se presentó un incremento en la realización de matrimonios civiles fue en Julio, Agosto, Septiembre y Diciembre. **(Ver Anexo No.2)**

La superintendencia de notariado y registro en su boletín No. 3 nos hace una descripción de los matrimonios civiles que se han celebrado hasta el mes de Julio del presente año. Podemos ver que el comportamiento de enero a julio ha sido muy parejo y en el mes que más se presentan en los meses de Marzo con 11.814 y en Julio con 11.353 matrimonios en total en toda Colombia. También podemos ver que en el año 2.012 se han presentado una mayor cantidad de matrimonios en toda Colombia lo que nos permite inferir que el comportamiento del mercado ha mejorado en el presente año. **(Ver Anexo No. 3)**

4.4 Competencia

Se consideran como competidores a empresas que en la ciudad de Cali prestan el servicio de organización de eventos y casa de banquetes que ofrecen a los clientes servicios para llevar a cabo cualquier evento. Generalmente ninguna de estas empresas se ha especializado en un evento en particular.

Aunque Votos de amor sea una empresa que en un principio se vea segmentada, su especialización en bodas será una ventaja competitiva a largo plazo porque seremos la empresa que estará más a la vanguardia en tendencias de bodas.

De acuerdo a las características del mercado se analiza el estado de las empresas más representativas, frente a los siguientes factores:

- Servicio personalizado
- Calidad en el servicio
- Amplia gama de servicios
- Acompañamiento integral
- Costos del servicio
- Tecnología o innovación utilizada

Competidores indirectos

- Skala eventos y producciones
- Victoria bodas y eventos
- Bodas
- Eventos Martha Lucía
- Novias Colombia
- Centro de eventos girasoles

4.5 Tendencia en productos

En la investigación que se ha realizado hasta el momento en Cali no existe una empresa que se especialice particularmente en bodas y tampoco en las bodas cristianas. Existen empresas de eventos que tienen en su razón social o en su nombre la palabra bodas pero no se especializan en este evento. Sin embargo, los organizadores de eventos en general son competidores indirectos los cuales podrían ofrecer a nuestros clientes productos sustitutos, vale la pena entonces que analicemos las características más relevantes de dicho sector y las variables a tener en cuenta.

4.5.1 Productos y servicios

- Selección de lugares (campestres, salones, haciendas dentro y fuera de la ciudad).
- Selección y elaboración del menú.
- Selección y suministro de mantelería.
- Suministro de menaje (platos, cristalería, samovares, entre otros).
- Música, Dj, sonido y luces.
- Carpas, tarimas, pasarelas y velos.
- Reserva y decoración de la iglesia y/o notaría.
- Transporte para los novios y familiares
- Vestido de novia(o).
- Joyero para las argollas.
- Invitaciones.
- Fotografías, video y/o photobook.
- Antesala de protocolo para la boda.
- Instalación de telas en techos, kioscos, carpas, caminos, tarimas, etc.
- Montaje de Fiestas Temáticas

4.5.2 Programas:

La mayoría de las casas de eventos manejan paquetes para los clientes y son ellos quienes se ajustan según su presupuesto a cada uno de los programas que ellos han diseñado con el fin de ofrecer mayor facilidad al trabajar con determinado equipo de proveedores.

✓ **Eventos:**

Bautizos

Primera comunión

15 años

Bodas

Graduaciones

Despedidas de solteras o solteros

Eventos de fin de año

- ✓ **Ceremonia:** Las empresas de eventos dentro de sus páginas web no mencionan cuál es su intervención en las ceremonias o en el ritual que la pareja elija para llevar a cabo en el día de su matrimonio. Ellos se encargan de la logística pero no interviene o no se han especializado en protocolo y ceremonias religiosas.
- ✓ **Lugares de la recepción:** Algunas de las empresas organizadoras de eventos tienen su propio salón para la recepción y otras por medio de los paquetes definen los sitios con los cuales tienen convenio.
- ✓ **Estrategias de mercadeo:** Las empresas han desarrollado la metodología de hacer mercadeo por internet ya que se han dado cuenta que mostrar información acerca de su empresa es más fácil por medio de una página web en donde se pueda buscar fácilmente información de interés y contactarse directamente con la empresa por este medio.
- ✓ **Estilo:** La mayoría de las organizaciones están ofreciendo un portafolio que incluya todos los posibles estilos de boda, ya que se han dado cuenta que las tendencias son a preferencia de cada pareja. Algunas de las opciones más ofrecidas son lugares campestres o al aire libre, salones con un estilo elegante y sofisticado, restaurantes con ambientación sencilla y acogedora, estilo vanguardista entre otros.

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 Síntesis de la investigación

- ✓ *Objetivo General:* Conocer las creencias, percepciones, ideas y tendencias de las personas solteras entre 24 y 34 años de la ciudad de Cali acerca del matrimonio.
- ✓ *Objetivos específicos:*
 1. Conocer si las personas solteras entre 24 y 34 años tienen en sus planes de vida casarse.
 2. Investigar qué tanta influencia tienen en las ideas y percepciones sobre el matrimonio la situación sentimental y conyugal de los padres.
 3. Entender si la sociedad, religión y cultura son influyentes en la decisión de casarse.
 4. Conocer cómo visualizan las personas solteras entre 24 y 34 años el día de su matrimonio.
- ✓ *Población Objetivo:* Personas entre 24 y 34 años de edad de la ciudad de Cali.
- ✓ *Método de Muestreo:* Encuesta suministrada. Se utilizó un cuestionario de preguntas estructuradas y no estructuradas.
- ✓ *Tamaño de la muestra:* Se realizaron 60 encuestas a personas entre los 24 y 34 años, habitantes de la ciudad de Cali, de estado civil soltero.
- ✓ *Trabajo de campo:* Las encuestas fueron entregadas a diferentes personas, ubicadas en diferentes centros comerciales de Cali (algunas en Unicentro y otras en Chipichape), otras a trabajadores del Banco de Occidente. La encuesta se realizó a 34 hombres y 26 mujeres.

5.2 Análisis de datos y resultados:

A continuación se procede hacer un análisis de todas las variables que se encontraron relevantes y que están sustentadas en las respuestas que dieron 60 personas de la ciudad de Cali.

Las preguntas del cuestionario fueron:

1. *¿Piensan casarse los Caleños?:* El 65% de las personas opinaron que desean contraer matrimonio, este 65% nos da una la oportunidad de aprovechar la información que tienen y lo que anhelan a definir para ese día.
2. *Entorno familiar de los Caleños:* En la respuesta que nos suministraron los encuestados podemos observar que el 60% tienen a sus padres casados.

3. *Concepto de matrimonio en Cali*: Es importante apreciar como las personas en un mayor porcentaje tienen el matrimonio en un concepto de amor y bendición de Dios, pues estamos en una sociedad que es en su mayoría católica o cristiana, y el matrimonio es uno de los sacramentos más importantes (Ver resultados en anexos).
4. *Tabús*: La cuarta pregunta estaba dirigida a conocer los paradigmas o tabús que tienen la población caleña frente al matrimonio.

¿El matrimonio es una obligación religiosa y obligatoria?: Hay personas que sí consideran que el matrimonio es una obligación religiosa y de cumplimiento total, y otro gran número de personas manifiestan su desacuerdo con esta teoría.

¿El matrimonio es una obligación social/cultural?: En estas tablas (Anexos) se evidencia el desacuerdo por parte de la mayoría de población, pues no consideran que el matrimonio sea una obligación social, ni tampoco cultural.

¿Es libre la decisión de casarse?: La mayoría de las personas (el 53.33%) piensan que la decisión de casarse es completamente libre y personal.

¿Alguien soltero se ve mal ante los demás?: El 40% de las personas encuestadas piensan que alguien soltero no se ve mal.

¿Vivir en unión libre está mal visto?: El 33.3% de las personas dieron una calificación de 3 a esta pregunta, lo que indica que los caleños son conservadores y piensan que la unión libre se ve medianamente mal.

¿Es necesario casarse enamorado?: En una escala del 1 al 5 el 53% de las personas calificaron como 5 que es necesario casarse enamorado.

5. *¿Ha hablado con su pareja o ex pareja de la posibilidad de casarse en algún momento?* : Los resultados que se muestran en los anexos evidencian claramente en un 69% aproximadamente, que las personas hablan con sus parejas de matrimonio.
6. *¿Qué edad creería que la ideal para casarse?*: El 63.3 % de las personas encuestadas piensan que la edad ideal para casarse es de los 26 a los 30 años de edad.

7. *¿Cuánto tiempo debe llevar la pareja de noviazgo para tomar la decisión de casarse?:* Las conclusiones fueron que la edad de los novios debe ser entre 26 y 35 años, y el noviazgo debe llevar 2 ó 3 años.
8. *¿Qué es lo primero en lo que piensa cuando le mencionan el matrimonio?:* Sin duda alguna lo más importante para la gran mayoría de personas (71,6%) es el compromiso que se adquiere cuando se realiza un matrimonio.
9. *¿Cómo visualizas el día de su matrimonio?:* Es notorio y esperado que las personas cuando piensan en el día de su boda, la mayoría tienen en mente aspectos como estar con las personas cercanas, familia, amigos, etc., y que este día sea especial, inolvidable y lleno de detalles.
10. *¿Pensaría en contratar a un experto que se hiciera cargo de la preparación de su boda?:* La importancia de ésta pregunta se debe a que este proyecto está dirigido especialmente a las personas que deseen contar con la ayuda de una planeadora de bodas.

El resultado fue el siguiente:

Sí	66,67%
No	33,33%

5.3 Conclusiones de la investigación

1. La gran mayoría de caleños solteros entre 24 y 34 años tienen definido que sí se quieren casar, no por obligación social ni cultura, sino por convicción, religión y amor.
2. La mayoría de los padres de los encuestados están casados en el presente y la generación encuestada quiere seguir los pasos de su anterior generación.
3. Es una realidad que las personas de Cali entre 24 y 34 años tienen en sus planes casarse para esto coinciden en designar la labor de la organización de este evento a algún experto.

6. PLAN DE MERCADEO

6.1 Estrategia de precio

Votos de amor manejará precios competitivos y ofreceremos diferentes paquetes los cuales le permitirán a nuestros clientes ajustar su presupuesto y optimizar los recursos con los que cuentan para llevar a cabo su evento. Para el proyecto se estableció un precio para cada uno de los paquetes (Premium, Gold y Silver), sin embargo es importante recordar que en Votos de Amor trabajamos según las preferencias y presupuesto de los clientes, por lo que estos precios cambiarán de acuerdo a las características que los clientes quieran en su evento.

6.2 Estrategia de venta:

Una de las estrategias de ventas es hacer contacto con iglesias cristianas de la ciudad de Cali, quienes serían nuestros aliados estratégicos. El contacto inicial se hará con dos iglesias en particular en donde se tienen conocidos las cuales son la Cruzada Estudiantil y Profesional de Colombia y Misión Paz a las Naciones. Los líderes encargados de dirigir a las parejas nos contactarán con aquellas parejas que están en el proceso de tomar esta decisión. Se entregará material publicitario principalmente en las reuniones de parejas y jóvenes en cada una de las iglesias.

La idea es que Votos de Amor haga alianzas estratégicas con las diferentes notarías y casa de novias ya que sabemos que estos son sitios claves a los cuales nuestros clientes asistirían a solicitar información. Con las notarías haremos una presentación formal de nuestro Brochure y se invitará a la persona encargada de dar información acerca de los requisitos para el matrimonio civil a un almuerzo en donde se le explicará a lo que se dedica nuestra empresa, luego se planea hacer contacto con ella semanalmente para recibir información acerca de posibles clientes.

Se visitarán las diferentes casas de novias en donde se les mostrará el brochure nuestro, les vamos hacer la propuesta de que sean nuestros aliados estratégicos para que de esta forma tanto ellos como nosotros podamos tener mayor cantidad de clientes.

Solicitaré a los clientes que ya les he planeado su boda que me den los datos de parejas que estén próximos a tomar la decisión, con estas parejas haríamos un trabajo de conferencias acerca del noviazgo y terapias que los motive a contar con nuestra ayuda.

6.3 Estrategia promocional

Conocemos que actualmente un medio clave para hacer publicidad es la Web, por esta razón tendremos nuestra página de internet que contará con una plataforma que les permitirá a nuestros clientes conocer cada uno de nuestros servicios, por medio de esta tienda virtual nuestros clientes tendrán la oportunidad de contactarnos.

Se utilizará un brochure que contenga nuestra información de una forma concisa y explique cada uno de nuestros servicios. Este brochure se tendrá virtual y físico para poder atender a nuestros clientes por cualquiera de estos dos medios.

6.4 Estrategia de distribución

La distribución es directa ya que Votos de Amor será la encargada de entenderse directamente con los clientes y se contactarán a los proveedores necesarios para llevar a cabo el evento.

6.5 Políticas de servicios

- En el momento que el cliente nos contacte por cualquiera de los medios y nos consulte seremos oportunos en solucionar su inquietud.
- Damos la garantía a nuestros clientes que los proveedores con los que trabaja votos de amor, son aliados estratégicos que cuentan con altos índices de calidad y están dispuestos a cumplir con todos nuestros requerimientos.
- Votos de amor es consciente que como en cualquier etapa se necesita de una capacitación posterior para adaptarse al cambio, es por esto que ofrecemos conferencias gratuitas para nuestros recién casados.

6.6 Tácticas de ventas

Se realizará por lo menos una reunión mensual con los líderes encargados del proceso de matrimonios inicialmente en las iglesias mencionadas. En esta reunión no sólo se mostrarán los productos o servicios, sino que también les daremos a conocer el testimonio de parejas que hemos atendido.

Con las notarías es importante visitarlas para que conozcan a qué nos dedicamos, mostrar nuestros servicios y productos. Tendremos un contacto permanente y es por esta razón, que semanalmente se llamará para solicitarles información recogida en la semana y darles datos de parejas que como empresa también estemos atendiendo.

De acuerdo a las tendencias que en este momento se están utilizando en bodas, Votos de Amor ha identificado una lista de los principales proveedores y aliados estratégicos, con el fin de hacer

un contacto permanente con ellos, les haremos visitas para que se logre una relación más cercana.

Por medio del blog que tendremos como empresa y el acompañamiento permanente que daremos no solo a nuestros clientes actuales sino aquellas parejas recién casadas.

7. ANÁLISIS TÉCNICO

7.1 Productos:

7.1.1 Sí, acepto:

Nuestra empresa está enfocada a brindar soluciones innovadoras en cada etapa de la planeación del evento, sabemos que el proponer matrimonio es uno de los momentos más emotivos de este gran paso y es por esta razón que le ofrecemos a nuestros clientes la asesoría para que hagan la propuesta de matrimonio de una forma innovadora y generando una experiencia BTL para la que será su esposa. Junto al novio reuniremos todos esos aspectos especiales y únicos que tienen como pareja para sorprender gratamente a nuestra novia, haremos que ella quede impresionada y de inmediato diga: **sí, acepto**.

7.1.2 El final de un gran comienzo:

El paso a un nuevo estilo de vida es algo que hay que celebrar, es por esta razón que nuestros clientes pueden contar con nuestra gestión para que disfruten al máximo de la despedida de solteros. Contamos con alianzas estratégicas con empresas que brindan servicios a los que nuestros novios podrán acceder según sus preferencias y puedan disfrutar de hermosas experiencias y compartir con sus amigos y familiares.

7.1.3 Paso a paso:

En este programa estará la lista de chequeo para la planeación de cada uno de los detalles del gran día. De una forma organizada llevaremos de la mano a nuestros clientes para que juntos planeemos ese día tan especial.

La lista de chequeo incluirá:

✓ Briefing:

Para nosotros es importante conocer cómo es el cliente, sus preferencias y lo que espera de nosotros en este proceso. Se ha diseñado una encuesta que se les dará a nuestros clientes

vía on-line o física. De esta manera, antes de nuestra primera sesión de trabajo analizaremos para preparar una propuesta de valor particular para cada una de nuestras parejas.

✓ **A nuestro estilo :**

En esta etapa, juntos vamos a definir el estilo que va a tener la boda. Esta decisión es importante ya que a partir de este momento se podrá continuar con la siguiente etapa en donde se concretan los detalles del primer gran día y se hará la elección de proveedores.

✓ **Detalles del Primer gran día:**

En esta etapa se le mostrará las diferentes opciones y proveedores que tenemos como aliados estratégicos para el desarrollo del día de la boda. En esta etapa se definirán detalles como: la fecha de un día perfecto, lista de invitados, el escenario perfecto (casas campestres, salones, haciendas dentro y fuera de la ciudad), selección y elaboración del menú, selección y suministro de mantelería, elección de menaje (platos, cristalería, samovares, entre otros), música, Dj, sonido y luces, carpas, tarimas, pasarelas y velos, reserva y decoración de la iglesia y/o notaría, transporte para los novios y familiares, Invitaciones, Fotografías, video y/o photobook, Instalación de telas en techos, kioscos, carpas, caminos, tarimas, montaje de Fiestas Temáticas y los diferentes detalles logísticos que implica el evento.

7.1.4 Vistiendo la ilusión:

Damos asesoría personalizada a los protagonistas de la boda para que luzcan ese día tal y como se lo han soñado, tenemos proveedores que se encargarán de vestir a nuestros novios y familiares si así lo desean (servicio opcional). En este programa encontrarás también asesoría para eventos especiales tales como el vestido para el compromiso formal ante familiares y amigos, ajuar para la luna de miel entre otras ocasiones especiales.

7.1.5 Formación integral:

Votos de Amor conoce que nuestros clientes tiene unas áreas claves en las que deben capacitarse no sólo para una noche sino para toda una vida, es por esta razón que brindamos un acompañamiento en el área espiritual, emocional y físico, de esta manera iniciaremos un proceso con los novios de la mano de expertos en esta área clave.

- ✓ *Espíritu:* El concepto de nuestra empresa está fundamentado en afianzar un principio espiritual como lo es el matrimonio, es por esta razón que a la luz de la biblia guiamos a nuestros clientes según sus creencias para que vivan un curso prematrimonial diferente,

innovador, en el que cada persona pueda tener un trato personal con Dios entendiendo que conocer lo que piensa Él del matrimonio va a traer bendición a su nuevo hogar.

- ✓ *Emociones*: En este programa contaremos con especialistas en familias y con personas que darán a nuestros novios coaching personalizado. Votos de Amor desea que la futura pareja se prepare emocionalmente para un hermoso cambio en su vida. En este programa hablaremos de los principales conflictos y etapas por las que atraviesan las parejas, contaremos con testimonios de parejas, será un taller en donde haremos que nuestras parejas se enamoren aún más.
- ✓ *Embellercerte*: En este programa contactamos a nuestros clientes con las personas encargadas de resaltar la belleza que tiene cada persona y prepararnos para este gran día. En esta asesoría nuestras novias pueden concretar el peinado, maquillaje para el día del evento y también asesoramos a nuestros clientes en alimentación, entrenamiento físico, planificación familiar y todo lo que necesitan para empezar radiantes esta nueva etapa.

7.1.6 Tu nuevo hogar:

Servicio opcional en donde le enseñaremos a nuestras parejas lo que tiene que tener en cuenta para su nuevo hogar, presupuesto, decoración diseño de interiores, ubicación estratégica de la vivienda. Este servicio nos permitirá definir detalles de la boda como por ejemplo la lista de regalos y otros eventos relacionados como la conocida lluvia de cocina.

7.1.7 Club de Novias:

En este blog nuestros clientes podrán obtener información de los clientes que hemos tenido, estarán sus comentarios y recomendaciones, foros y temas de interés.

7.1.8 Regalos de Votos de Amor:

- Taller de cocina.
- Tips para ellas y para ellos.
- Como Dios manda y la historia de amor que apenas empieza (Conferencias).
- Casados y aún felices (Celebración en su primer aniversario).

7.1.9 Nuestro primer viaje casados:

La luna de miel es una de las ocasiones con las que más sueñan aquellas personas que toman la decisión de contraer matrimonio, ya que es un momento en donde la pareja viaja a celebrar la

unión que acaban de formalizar, Votos de Amor tendrá la posibilidad de asesorar a cada pareja de acuerdo a su presupuesto y anhelo y planificar este viaje de tal modo de que sea inolvidable.

7.2 Facilidades

Votos de Amor cuenta con una plataforma virtual inicialmente diseñada para el fácil acceso de nuestros clientes potenciales y en donde contarán con la información adecuada para contactarnos.

La empresa necesita de un computador portátil o una Tablet para mayor comodidad en la exposición del producto a nuestros clientes y proveedores. Se necesita un dispositivo móvil con una amplia disponibilidad de minutos. Se necesita internet para poder estar siempre en contacto con nuestros clientes y para revisar el web site.

7.3 Proceso del servicio

Para planear, organizar y ejecutar una boda es necesario un acompañamiento personalizado. Para esto tenemos unas etapas definidas en busca de llevar a cabo este hermoso evento de una forma organizada y estratégica.

- a. El cliente nos contacta para recibir información acerca de alguno de nuestros servicios, se le envía la información del producto específico del cual está solicitando información y se acuerda una cita en la cual se hará la presentación formal de la empresa.
- b. Se realiza una visita a la pareja o al cliente interesado, en donde se hará un adecuado diagnóstico de sus necesidades. Para esto se tiene un cuestionario en donde se le hacen unas preguntas que nos permitirán diseñar una propuesta de valor para cada necesidad en particular.
- c. De acuerdo a las necesidades y preferencias planteadas por nuestros clientes, damos nuestra propuesta con una cotización parcial para que podamos empezar a construir juntos el evento. Lo anterior, implica que los novios hacen parte fundamental del proceso, creando valor en la prestación del servicio.
- d. Se dan a conocer los diferentes proveedores, se ajustan los detalles específicos, se evalúa el presupuesto y la forma de pago explica el montaje, el protocolo, en general se coordinan los detalles de la boda.
- e. Se hace un diagnóstico de cada uno de los servicios que nuestros clientes van a contratar con nosotros, se hace venta cruzada y se le muestran las diferentes cotizaciones.
- f. Se hace el acompañamiento en visita a proveedores y elección de detalles, se ayuda a los clientes a elegir aquellas cosas que van de acuerdo a sus preferencias y el concepto de boda que quieren desarrollar.

- g. Se realiza un monitoreo especial en cada uno de los detalles de los eventos de nuestros clientes y se realiza la exposición de los avances del proyecto a las parejas.
- h. Se hace un acompañamiento integral en el día del evento, en donde estamos al tanto de cada detalle y velando porque la boda sea exactamente como la soñaron.
- i. Una vez ha pasado el evento nos comunicamos con la nueva pareja de esposos invitándoles a que nos den una retroalimentación del servicio brindado por nuestra compañía.

7.4 Plan de compras

De acuerdo a los detalles que nuestros clientes definan y una vez se hayan concretado los proveedores con los que vamos a contar en el evento, se le presenta la propuesta a cada uno de los proveedores para pagar el 30% al iniciar el proyecto y el otro 70% diez días hábiles antes de la boda. De esta manera tendremos la posibilidad de darles facilidad de pago a nuestros clientes y asegurarnos de que los servicios contratados son de calidad y se han adaptado a lo que le hemos solicitado como clientes.

7.5 Sistema de control

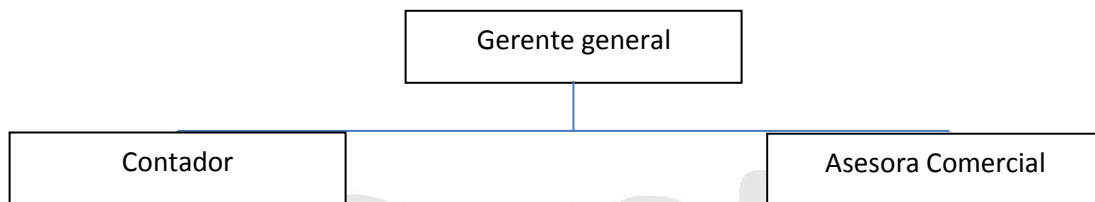
- Para la empresa es importante ser oportunos y ser muy ágiles en contestar las inquietudes de nuestros clientes en el menor tiempo posible.
- En el momento en el cual ya se tiene la cotización, la empresa se la presenta a los clientes con el fin de aprobar lo que se está solicitando a los proveedores.
- Para nosotros es importante que los clientes estén informados de cómo va su evento, por esta razón enviamos avances y nos comprometemos en hacer seguimiento a nuestros proveedores con todo lo que les hemos solicitado.
- El día del evento estaremos presentes con un equipo de Votos de Amor para monitorear cada detalle.

8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

8.1 Organización

La sociedad está compuesta por dos socios, los dos serán gestores y capitalistas. Cada uno de los socios aportará el 50% del capital inicial y ambos estarán vinculados laboralmente con la empresa. Uno de los dos socios será el Gerente General la cual está culminando su carrera de Administración de Empresas en la Universidad Icesi y la Contadora tiene esta profesión quien será la encargada de llevar la contabilidad en la empresa. Inicialmente tanto como la Gerente

General como la Contadora se encargarán de las funciones comerciales, se espera en un futuro contar con una persona que se encargue de esta labor.



8.2 Personal ejecutivo:

Gerente general

Funciones: se encargará de velar por las labores administrativas las cuales integran la gestión financiera, comercial y el control en la calidad del servicio al cliente.

Competencias: Debe ser una persona con sentido de pertenencia, comprometida, con la capacidad de trabajar en situaciones especiales, con la capacidad de generar empatía y que le guste trabajar en equipo.

Asesora comercial

Funciones: se encargará de realizar las visitas comerciales a clientes potenciales y aliados estratégicos.

Competencias: debe ser una persona que conozca de la realización de eventos, que le guste la logística, debe tener sentido de pertenencia, trabajo en equipo y por cumplimiento de metas y objetivos, excelentes relaciones personales y una adecuada presentación personal.

Contadora

Funciones: Es la persona encargada de llevar los registros contables de la empresa. Debido al tamaño de la empresa la Contadora sólo realizará sus análisis contables una vez por semana, los demás días estará enfocada en la parte comercial.

Competencias: Debe ser una persona responsable, ágil y comprometida con el trabajo. Que trabaje por horas y que sea discreta en el manejo de la información de la empresa.

9. ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL

9.1 Análisis legales

9.1.1 Constitución:

La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Naturaleza: La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

9.1.2 Constitución y Prueba de la Sociedad

Contenido del documento de constitución.- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S, el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución; el término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores también es necesario que lo diga. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

9.1.3 Registro de Marca:

Según la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones es importante que la empresa cuente con la protección de la marca y es por eso que es necesario adquirir un dominio ante la Superintendencia de Industria y Comercio mediante la Cámara de Comercio de Cali.

Para solicitar el registro de una marca es necesario tener en cuenta los siguientes puntos los cuales son relevantes en el proceso:

Elegir la marca y verificar que sea registrable. (Artículos 134, 135, 136 y 137 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina).

Realizar la búsqueda de antecedentes marcarios, es importante anexar el comprobante de la consignación donde conste el pago de la tasa respectiva que para el año 2.013 es \$30.000.

Después de lo anteriormente descrito, es necesario radicar la solicitud de registro de marcas (diligenciar el formulario). El valor a cancelar en el año 2.013 será de \$608.000.

9.1.4 Estímulos existentes para la empresa

El gobierno mediante la Ley 1429 de 2.010, Decreto 545 de 2.011 concede un beneficio de baja progresiva de los aportes parafiscales durante los primeros cinco años de operación en la formalidad por parte de las pequeñas empresas.

Votos de Amor puede ser beneficiario de esta ley ya que cumple con los requisitos los cuales son: que no puede superar los 50 empleados y adicional a esto el valor de sus activos no debe ser superior a 5.000 S.M.L.M.V. *El beneficio es el siguiente:* 0% de la tarifa normal o plena, en los dos primeros años del inicio de la actividad principal de la empresa, 25% de la tarifa normal o plena durante el tercer año, 50% de la tarifa normal o plena durante el cuarto año, 75% de la tarifa normal o plena durante el quinto año.

9.2 Análisis ambiental

Nuestro impacto a nivel ambiental no es muy significativo ya que nuestros servicios no afectan negativamente este recurso natural, sin embargo una de nuestras políticas como empresa es **incentivar el reciclaje en el día del evento**, es decir contaremos con la supervisión para que los desperdicios sean bien distribuidos. Queremos contar con proveedores que también manejen responsabilidad social y que utilicen productos que sean amigables con el medio ambiente.

9.3 Análisis social

Con esta empresa no sólo estamos ayudando a que el núcleo más importante de la sociedad (la familia) se restablezca, sino que estamos de una forma integral restableciendo un principio que con el paso del tiempo se ha distorsionado no solo en la ciudad de Cali sino en el resto del país, esto lo hacemos basados en principios espirituales y psicológicos. Votos de Amor también promueve el empleo y las relaciones estratégicas o redes empresariales entre nuestra comunidad lo que permite que nos apoyemos los unos a los otros y trabajemos en equipo.

Votos de Amor hace un gran trabajo no solo al planear y ejecutar una boda, sino capacitando y brindando información acerca de cómo va ser esta nueva etapa de sus vidas, también brindamos un acompañamiento para las parejas después de la boda, la empresa se encarga de formar y educar familias basados en principios espirituales y en valores.

10. ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES

La idea de negocio además de ser una solución innovadora para una necesidad que hay en el mercado, es una oportunidad para que las socias de los proyectos se desarrollen no sólo profesionalmente sino en el área personal.

Las dos socias del proyecto comparten la idea de que no sólo se trata de planear y ejecutar bodas sino crear conciencia de que formalizar una unión siguiendo unos principios establecidos hace años es la mejor opción y es de bendición no solo para la familia implicada sino para toda una comunidad. Esta oportunidad de empresa no solamente permite transmitir unos principios aprendidos por las integrantes del proyecto sino desarrollar y afianzar más valores que construyan una gran empresa y que también coopere con la sociedad.

11. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

En el siguiente análisis hago referencias a los datos que se encuentran en el archivo de Excel llamado "Análisis financiero de Votos De Amor".

11.1 Análisis económico

11.1.1 Inversión en activos fijos

La hoja Activos contiene el cuadro de las inversiones en activos fijos que son Equipos de oficina (electrónicos) y Muebles y enseres; así como las cifras de depreciación. Estos activos fijos se obtendrán de contado.

Ipad: \$ 1.000.000. Con este podremos mostrar de una mejor forma cada uno de los catálogos on line que se han creado para nuestros clientes. **(Ya se cuenta con este implemento)**

Computador portátil: \$ 1.500.000. El computador nos permite hacer investigaciones, contactarnos con clientes y proveedores, realizar todas las actividades que se requieren para la planeación de un evento **(Ya se cuenta con este implemento).**

Impresora: \$ 350.000. Es necesaria para la impresión de documentos de interés como catálogos, tarjetas, cotizaciones, fotos y otro tipo de documentos (**Ya se cuenta con este implemento**).

Página web: \$ 750.000 (página web avanzada). Es necesario el diseño de una página web que permita la adecuada navegación de nuestros clientes y en donde puedan comunicarse con nosotros de forma adecuada. También se desea contar con una empresa que administre este recurso y nos haga el análisis de cuántas personas visitan nuestra página y todo lo que esto puede representar, adicional se requiere que continuamente se actualice la página con las tendencias que desee implementar la empresa.

Celular: \$150.000: Se tendrá un celular el cual tendrá el plan de datos y voz que requiere este tipo de negocio.

Escritorio: \$ 400.000

Silla: \$ 200.000

11.1.2 Capital de trabajo:

Como ya sabemos, el capital de trabajo es el resultado de restar los Activos Corrientes (a corto plazo) y el Pasivo Corriente (a corto plazo). Nuestro sistema de ventas es de contado con la observación de que el cliente debe entregar el 30% al iniciar la organización del evento y el otro 70% diez días hábiles antes de que se realice el evento y nuestra política de pago a proveedores es de contado, no es esencial que dispongamos de un capital de trabajo para cubrir la cartera (cuentas por cobrar a clientes).

Los insumos se solicitan cuando se requieren, por lo que el stock de inventarios no requiere capital de trabajo.

El colchón de efectivo se estimó en 30 días de costos fijos y se requiere que haya capital de trabajo.

11.1.3 Presupuesto de ingresos (ventas):

La hoja denominada Mercado, recopila la información detallada de las ventas de acuerdo a cada uno de nuestros productos (servicios). De la misma forma, indica el impacto tributario de los impuestos IVA y Retención en la fuente en cada período. El primer año se detallaron los ingresos en forma mensual para identificar claramente el desarrollo del negocio. En los años 2, 3, 4 y 5 se practicaron los ajustes de acuerdo al IPC debido al fenómeno de la inflación. En promedio los ingresos mensuales en el año 2014 son de \$36.000.000.

11.1.4 Insumos y compras:

En la hoja Insumos se especifican los componentes mensuales que se necesitan para cumplir con el plan de ventas con su correspondiente IVA y Retefuente. Como no vamos a manejar inventarios de insumos, podemos observar que las compras coinciden con los consumos.

11.1.5 Gastos de personal (Mano de obra):

VOTOS DE AMOR necesita en su capacidad instalada de Talento Humano a una sola persona bajo la modalidad de Prestación de servicios, cuyo valor mensual es de \$600.000. Por lo tanto, el valor de la nómina mensual durante el primer año suma \$7.200.000. Para los años 2, 3, 4, y 5 se realizaron aumentos del 3% conforme al IPC.

11.1.6 Gastos de operación o gastos de fabricación:

Los gastos de operación de VOTOS DE AMOR están conformados por impuestos locales, depreciación de maquinaria y equipo, y. El libro Costos Gastos presenta esta información e incluye los incrementos por inflación y por volumen de actividades. Para el año 2014 los gastos de serán de \$8.852.000, los gastos de operación fijos por un valor de \$3.366.000 y los gastos de operación variables serán por un total de \$5.486.000. Estos valores subirán cada año de acuerdo a la inflación.

11.1.7 Gastos de administración y ventas:

Los gastos de administración y ventas están compuestos por gastos de asesoría contable, y la depreciación de muebles y enseres. El libro Costos Gastos presenta esta información e incluye los incrementos por inflación y por volumen de actividades.

11.1.8 Análisis de costos:

El cuadro Análisis de Costos presenta la información detallada para 5 años de los costos fijos, los costos variables y el costo total anual. Para el año 2014 Votos de amor tendría unos costos totales por valor de \$ 385.042.000, este valor se incrementa año tras año debido a que el volumen de ventas es superior en cada periodo. Es importante resaltar que cada año se cumple con el punto de equilibrio.

11.2 Análisis financiero

11.2.1 Flujo de caja:

La hoja Caja presenta un estado para VOTOS DE AMOR, con el significativo nivel de ventas proyectadas, la empresa durante los 5 años presenta una excelente tesorería. Lo anterior, indica que con una inversión inicial de \$ 5.500.000 el proyecto se mantiene en una buena situación de liquidez y no presentará dificultades de tesorería.

11.2.2 Estado de resultados:

El libro PYG+Balance presenta el estado de resultados de VOTOS DE AMOR, durante los cinco primeros años que se realizaron proyecciones, arrojó resultados positivos. Las utilidades para el primer año de acuerdo a lo presupuestado son de \$48.523.444. Para cada periodo estas utilidades aumentan de acuerdo al volumen de ventas esperado.

11.2.3 Balance General:

El cuadro del Balance general presenta la caja y bancos como la cuenta que representa el 100% (año 5) del activo corriente y a su vez, el activo corriente (a corto plazo) representa el 99,51% del total del activo.

En el pasivo corriente los impuestos locales por pagar representan el rubro más significativo.

11.3 Evaluación

11.3.1 TIR:

La tasa interna de rentabilidad o de retorno TIR dio positiva, lo que significa que el proyecto es rentable y que a través del tiempo retornará rentabilidad por el desarrollo del objeto social. Teniendo en cuenta que la TIR compara la inversión inicial (desembolso) con los ingresos netos a través del tiempo del proyecto, hemos concluido que la inversión inicial irá en un aumento relevante a través del tiempo.

La tasa de retorno mínima esperada en opciones financieras no es la más acertada, debido a que la TIR de este proyecto es sumamente atractiva.

11.3.2 VAN:

El valor actual neto o valor presente neto dio positivo, lo que indica que este proyecto crea valor.

11.4 Viabilidad del negocio

El Plan de negocio Votos De Amor es viable por las siguientes razones:

- Se necesitaría una inversión inicial moderada con la cual puedo contar.
- El proyecto es rentable, la TIR lo confirma.
- El proyecto crea valor (VAN positivo)

12. Conclusiones de la investigación

- Es importante realizar el plan de empresas y una investigación de mercado antes de tomar la decisión de crear una empresa.
- En el modelo de negocio planteado en el trabajo son muy importantes las redes empresariales y los aliados estratégicos.
- Se identificaron los elementos diferenciadores que necesita el mercado y se hizo una propuesta de los posibles productos que podrían dar solución a dichas necesidades.
- De acuerdo a la investigación de mercado y al análisis financiero se confirmó la viabilidad del negocio y se afianzó el interés de crear la empresa.

ANEXOS

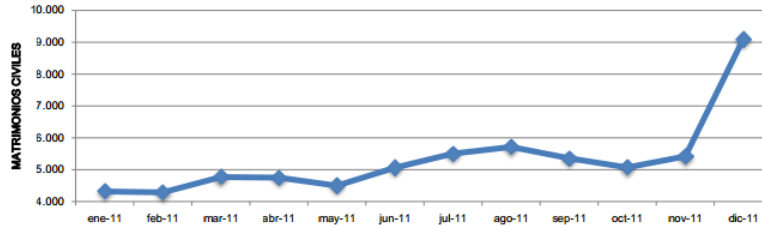
ANEXO A. INFORME SUPERNOTARIADO

Anexo A.1

MATRIMONIOS CIVILES AÑO 2011			
DEPARTAMENTO	TOTAL	CIUDAD CAPITAL	TOTAL
BOGOTÁ	11.992	BOGOTÁ D.C	11.992
VALLE	8.014	CALI	4.833
ANTIOQUIA	7.312	MEDELLÍN	4.053
ATLÁNTICO	4.712	BARRANQUILLA	2.781
SANTANDER	3.886	BUCARAMANGA	2.076
CUNDINAMARCA	2.709	NA	0
BOLÍVAR	2.497	CARTAGENA	1.645
RISARALDA	1.958	PEREIRA	1.414
NORTE DE SANTANDER	1.926	CÚCUTA	1.284
CESAR	1.840	VALLEDUPAR	646
CAUCA	1.580	POPAYÁN	495
HUILA	1.511	NEIVA	750
TOLIMA	1.470	IBAGUÉ	852
MAGDALENA	1.426	SANTA MARTA	850
SUCRE	1.280	SINCELEJO	658
CALDAS	1.265	MANIZALES	686
CÓRDOBA	1.095	MONTERÍA	291
NARIÑO	1.173	PASTO	490
QUINDÍO	1.163	ARMENIA	275
META	1.143	VILLAVICENCIO	793
BOYACÁ	884	TUNJA	147
GUAJIRA	735	RIOHACHA	328
CAQUETÁ	633	FLORENCIA	451
PUTUMAYO	432	MOCOA	106
CASANARE	418	YOPAL	251
CHOCO	286	QUIBDÓ	162
SAN ANDRES Y PROV.	235	SAN ANDRES Y PROV.	220
ARAUCA	155	ARAUCA	51
GUAVIARE	46	SAN JOSE DEL GUAVIARE	46
AMAZONAS	31	LETICIA	31
VICHADA	22	PUERTO CARREÑO	12
GUAINÍA	19	PUERTO INIRIDA	19
VAUPÉS	1	MITÚ	1
TOTAL	63.849	TOTAL	26.697

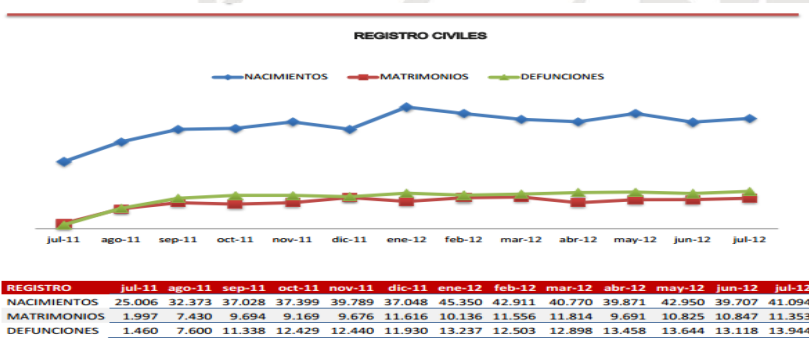
ANEXO A.2 COMPORTAMIENTO DE LOS MATRIMONIOS CIVILES EN 2011

Gráfica 3 COMPORTAMIENTO DE LOS MATRIMONIOS CIVILES EN COLOMBIA AÑO 2011

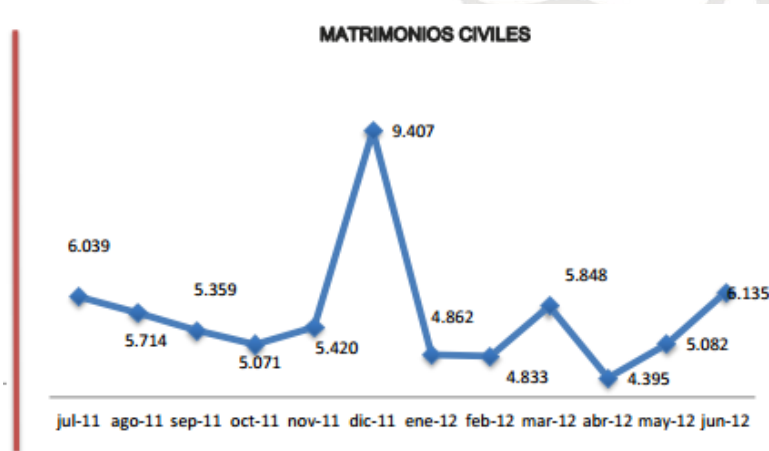


FUENTE: SISTEMA DE INFORMACIÓN NOTARIAL - SIN Y BASE DE DATOS NOTARIAS

ANEXO No. A.3 COMPORTAMIENTO MATRIMONIOS CIVILES DEL PRIMER SEMESTRE 2012

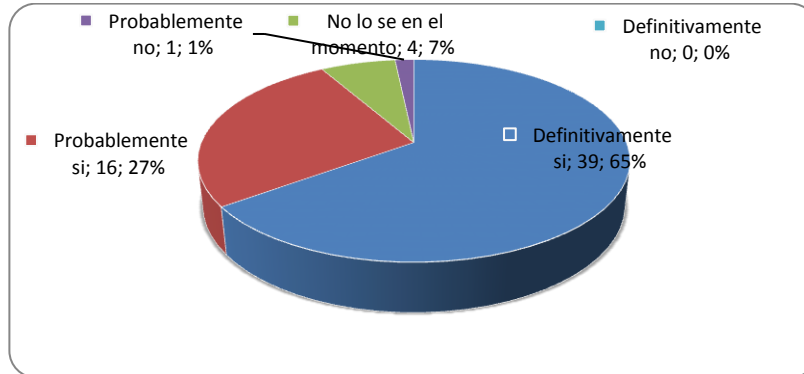


ANEXO No. A.4 COMPORTAMIENTO MATRIMONIOS CIVILES POR MESES

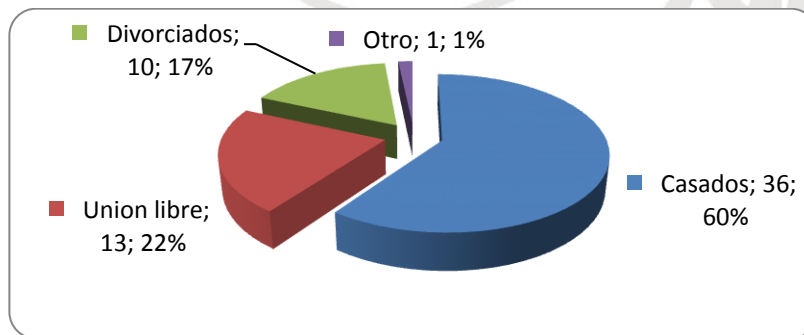


ANEXO No. B INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¿Piensan casarse los Caleños?

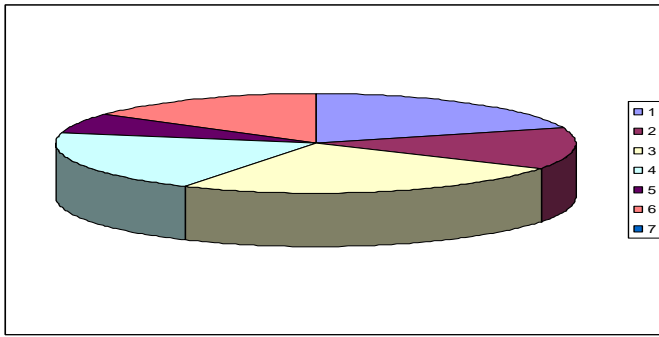


Entorno familiar de los Caleños:



Concepto de matrimonio en Cali:

1. Compromiso, lealtad y sinceridad.
2. Unión, respeto y fidelidad.
3. Amor, bendición de Dios y obedecer a Dios.
4. Felicidad, decisión y apoyo.
5. Proceso de la vida, estabilidad integral.
6. Otros (sabiduría, confianza, formalidad)



Resultados

1	20,00%
2	13,33%
3	25,00%
4	20,00%
5	6,66%
6	15,00%
7	0%

Percepciones acerca del matrimonio: La ponderación o calificación era así: 5 es totalmente de acuerdo y 1 es totalmente en desacuerdo.

El matrimonio es una obligación religiosa y obligatoria	Porcentaje %
5	8,77192982
4	14,0350877
3	17,5438596
2	28,0701754
1	0,31578947
	100

El matrimonio es una obligación social	Porcentaje %
5	8,33333333
4	13,3333333
3	10
2	26,6666667
1	41,6666667

El matrimonio es una obligación cultural	Porcentaje %
5	6,6666667

4	8,33333333
3	16,6666667
2	31,6666667
1	36,6666667

Es libre la decisión de casarse	Porcentaje %
5	53,3333333
4	33,3333333
3	5
2	3,33333333
1	5

Alguien soltero se ve mal ante los demás	Porcentaje %
5	8,33333333
4	11,6666667
3	10
2	30
1	40

Vivir en unión libre está mal visto	Porcentaje %
5	10
4	15
3	33,3333333
2	25
1	16,6666667

Es necesario casarse enamorado	Porcentaje %
5	53,3333333
4	13,3333333
3	16,6666667
2	10
1	6,66666667

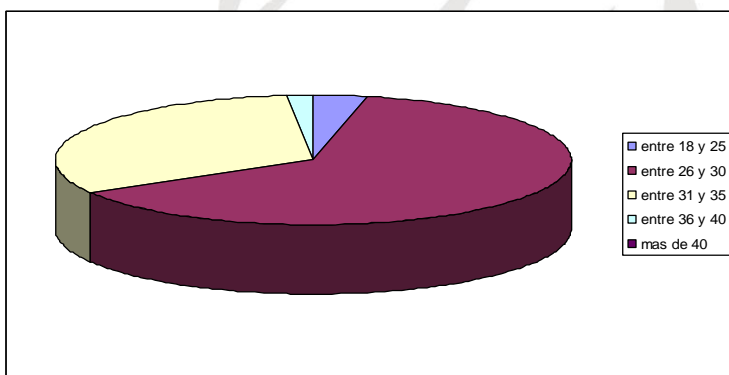
Matrimonio como tema de conversación

Sí	68,3333333%
No recuerdo	20%

No	11,666666%
----	------------

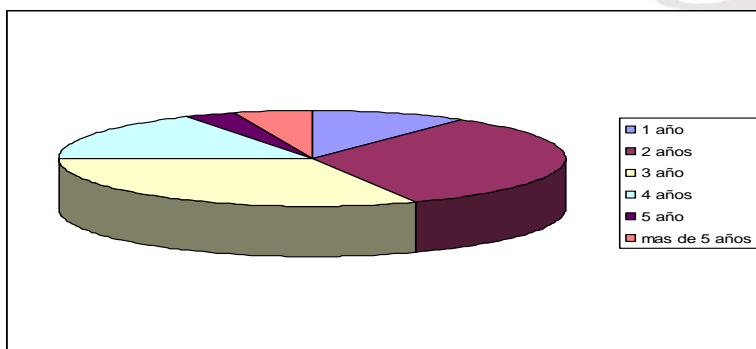
¿Qué edad creería que la ideal para casarse?

Entre 18 y 25	3,3333333%
Entre 26 y 30	63,333333%
Entre 31 y 35	31,666667%
Entre 36 y 40	1,6666667%
Más de 40	0%



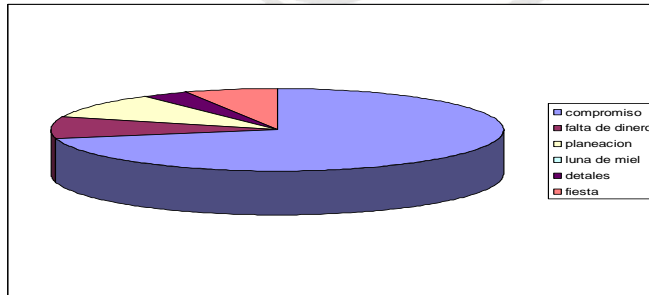
¿Cuánto tiempo debe llevar la pareja de noviazgo para tomar la decisión de casarse?

1 año	10%
2 años	33,333333%
3 año	31,66667%
4 años	16,66667%
5 año	3,333333%
Más de 5 años	5%



¿Qué es lo primero en lo que piensa cuando le mencionan el matrimonio?: Se pidió que los encuestados dieran un orden acerca de la importancia de pensamientos que se venían a la cabeza cuando se mencionaba el matrimonio.

Menciones	Veces que fue considerado el aspecto más importante	Porcentaje %
Compromiso	43	71,6666667
Falta de dinero	5	8,33333333
Planeación	6	10
Luna de miel	0	0
Detalles	2	3,33333333
Fiesta	4	6,66666667
Total	60	100



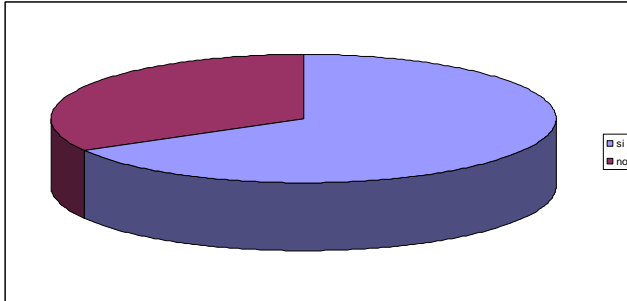
¿Cómo visualizas el día de su matrimonio?

Respuestas	Código
En la Iglesia, Bendición de Dios	1
Campestre, playa, día soleado	2
Con personas cercanas, familia, amigos	3
Sencillo, discreto, sobrio, tradicional	4
Especial, inolvidable, con detalles, feliz	5
Una fiesta, mucha emoción	6
Otros	7

Código	Porcentaje %
1	8,33333333
2	3,33333333
3	23,33333333
4	15
5	28,33333333
6	6,66666667
7	15

¿Pensaría en contratar a un experto que se hiciera cargo de la preparación de su boda?

Si	66,67%
No	33,3333333%



Bibliografía

- Supernotariado (Base de datos en línea). Colombia, 2103. Recuperado de: [https // www. Supernotariado.gov.co/ portalsnr/](https://www.supernotariado.gov.co/portalsnr/).
- http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2010/ley_1429_2010.htm.
- Varela. (2011). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson.

