

EXTREME EVENTS

JUAN CAMILO MALAVER MEJIA

COD. 2064643

FACULTAD DE CULTURA FISICA, DEPORTE Y RECREACION

NORMA VELASQUEZ

LUIS ALEJANDRO DIAZ

OLGA SANTAMARIA

DIOGENES LAGOS CORTES

CONTENIDO

1 GENERALIDADES

1.1 FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3 ORIGEN Y MOTIVACION DEL PROYECTO

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.5 OBJETIVOS DEL PLAN

1.5.1 General

1.5.2 Específicos

1.6 ALCANCE Y LIMITACIONES

2 MERCADEO

2.1 DEFINICIÓN DE LA EMPRESA

2.1.1 Misión

2.1.2 Visión

2.1.3 Políticas Institucionales

2.2 PRODUCTO

2.2.1 Descripción del producto

2.3 ZONA DE INFLUENCIA

2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

2.5 ANÁLISIS DEL SECTOR CONTEXTO

2.6. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.6.1 La competencia

2.7 DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES

3 FASE TÉCNICA

3.1 LOCALIZACIÓN

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.3 DESARROLLO DEL PRODUCTO

3.4 PERSONAL REQUERIDO PARA CADA FASE DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

3.5 SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD SOBRE EL PRODUCTO.

4 FASE ADMINISTRATIVA

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

4.3 PERSONAL A CONTRATAR

4.4 MANUAL DE FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS

4.5 PROCESOS DE INGRESOS Y SALIDA DE PERSONAL

4.6 TIPOS DE CONTRATACIÓN

4.7 TIPO DE SOCIEDAD

5 FASE FINANCIERA

5.1 INVERSIÓN

5.2 EGRESOS

5.3 INGRESOS

5.4 FLUJO DE CAJA E INDICADORES FINANCIEROS

5.5 ESTADOS FINANCIEROS

6 CONCLUSIONES

ANEXOS

1 GENERALIDADES

1.1 FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Misión institucional

La Misión de la Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país

Visión institucional

La Visión, como proyección de la Misión a mediano plazo, prospecta así la presencia y la imagen institucional de la Universidad Santo Tomás: interviene ante los organismos e instancias de decisión de alcance colectivo; se pronuncia e influye sobre los procesos que afectan la vida nacional o de las comunidades regionales, porque goza tanto de la acreditación de sus programas como de la acreditación institucional; es interlocutora de otras instituciones tanto educativas como empresariales del sector público y privado. La comprensión humanista cristiana de la realidad colombiana y latinoamericana contemporánea, heredada de su larga tradición en el campo de la educación superior, en contexto de mundialización, inspira el quehacer de sus programas, con miras a asegurar la construcción del bien común y la realización de la justicia distributiva, y así reducir la exclusión social, económica, cultural y política. Vinculada a las distintas regiones del país, a través de sus Seccionales y de sus programas de Universidad Abierta y a Distancia, es factor de desarrollo y mejoramiento de los entornos y contextos donde opera. Incorpora el uso de nuevas tecnologías educativas como

herramientas para la docencia y la investigación en todos los planes de estudio, y vincula a docentes y a estudiantes en proyectos compartidos para recuperar, adaptar y generar nuevos conocimientos en orden a la solución de los nuevos problemas de la sociedad y del país.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La organización y desarrollo de los eventos deportivos es muy deficiente con relación a la de otros países, en Colombia, en general, los eventos deportivos de motocross en todas sus categorías carecen no solo de apoyo financiero sino técnico para un buen desarrollo como tal, una buena planeación de los eventos para obtener resultados parecidos o al menos comparables con los de otros países, teniendo en cuenta que en otros países se realizan eventos deportivos con unas especificaciones técnicas y organizacionales los cuales obtienen resultados muy favorables, se va a desarrollar una organización que realice eventos deportivos para así garantizar un buen desarrollo de los eventos a lo largo del año.

1.3 ORIGEN Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO

En los últimos años el deporte se ha convertido en una gran atracción tanto para el público como para las empresas privadas interesadas en promover sus marcas por medios mas sociales como lo son los eventos culturales en este caso eventos deportivos, donde las empresas dan a conocer no solo sus productos sino sus enfoques a futuro. Viendo este interés y la falta de promoción y apoyo que carece el deporte se ve en la necesidad de crear una organización que asegure el desarrollo de eventos deportivos a nivel, distrital, departamental y nacional.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Con este trabajo se busca lograr la conformación de una empresa o organización con un amplio conocimiento sobre el desarrollo de eventos deportivos con el fin de proponer eventos deportivos que cuente con unas condiciones diferentes y mejores a las actuales teniendo en cuenta un estudio de mercado del deporte como tal, y así poder proponer no solo el desarrollo de los eventos deportivos sino adoptarlo para diferentes eventos culturales que contengan la misma estructura organizacional.

1.5 OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO

1.5.1 GENERAL

El objetivo general del plan de negocio es hacer un estudio de mercadeo en el cual identifique cuales son las necesidades del deporte específico, en este caso el Motocross, cuales son las necesidades de los deportistas en un evento y respecto a esto poder desarrollar un plan de marketing deportivo que sea interesante e innovador para las empresas que quieran vincularse a este tipo de eventos.

1.5.2 ESPECIFICOS

- Análisis de producto y marca para así poder obtener los mayores beneficios de la misma
- Crear estrategias comerciales que reflejen los valores de la marca
- Crear, diseñar y ejecutar campañas publicitarias para cada evento en específico
- Brindar un espacio apto y seguro para la práctica y competición del Motocross
- Crear actividades especiales para las marcas para mejorar la cercanía y relaciones públicas con sus consumidores.

1.6 ALCANCE Y LIMITACIONES

El alcance del proyecto esta enfocado en la creación de una organización que desarrolle los campeonatos y/o eventos específicos del deporte del motociclismo, teniendo un gran conocimiento y experiencia en el deporte para así llegar con ideas innovadoras a las empresas para que sean llamativas.

En cuanto a las limitaciones esta de por medio la parte económica, ya que realizar un campeonato y/o evento consta de mucho equipo humano y logístico para alcanzar las metas propuestas.

2 MERCADEO

2.1 DEFINICION DE LA EMPRESA

Crear estrategias comerciales para cada marca en específico, cada patrocinador de los eventos, teniendo en cuenta los valores de la empresa para el manejo de la marca en cada evento y así llegar de forma eficaz y comunicativa al target del evento

2.1.1 MISIÓN

Nuestra mision es promover el posicionamiento de las marcas y lograr una mayor proximidad con sus clientes a travez de la administracion de eventos deportivos de motocilcismo en Colombia.

Aprovechar y canalizar el altísimo interés de los empresarios colombianos en apoyar el deporte y garantizarles un manejo privado y eficiente de su inversión.

2.1.2 VISION

Ser la organización en asesorías y marketing deportivo mejor posicionada en Colombia para el año 2015 en el desarrollo de eventos deportivos de cualquier tipo a nivel nacional e internacional.

2.1.3 POLITICAS INSTITUCIONALES

- Orientar a las empresas aliadas para asegurar resultados propuestos
- Desarrollar estrategias comerciales flexibles para todo tipo de cliente
- Contribuir en el desarrollo del deporte como cultura para un cambio social

- Compromiso con nuestros aliados estratégicos para poner al descubierto los valores de cada empresa
- Diseñar y desarrollar estrategias específicas tanto para cada deporte como para cada empresa
- Investigar y desarrollar nuevas técnicas comerciales
- Mejora la infraestructura de cada escenario para optimizar los procesos de aprendizaje del deporte en cada sitio en el cual se desarrolla un evento

2.2 PRODUCTO

Campeonato Nacional de Motocross avalado por la Federación Colombiana de Motociclismo a seis validas en diferentes plazas de Colombia, cada valida contara con las especificaciones según reglamento FIM (Federación Internacional de Motociclismo) en cuanto a pista y comodidades para pilotos, adicionalmente contara con zonas de Hospitalidad para patrocinadores, invitados especiales, publico y posibles futuros clientes. También contara con zonas para actividades especiales de las marcas auspiciantes y espacios a lo largo de recorrido para las marcas.

Todo esto va a estar acompañado de una campaña publicitaria en medios masivos y alternos antes , durante y después del evento, también contara con la transmisión en diferido de las carreras el día domingo en un canal deportivo.

2.2.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Cada evento cuenta con:

- Promoción adecuada y anticipada.
- Seguimiento al tanto de prensa.
- Transmisión de Televisión en diferido
- Completo acuerdo y aval con las autoridades nacionales e internacionales competentes dependiendo del evento.

- Organización logística del mejor nivel.
- Condiciones técnicas de acuerdo a los reglamentos de deportivos.

PROMOCIÓN EN MEDIOS MASIVOS Y ALTERNOS

- Afiches por válida.
- Volantes por válida.
- Cuñas radiales en emisoras locales de mayor audiencia.
- Cuñas de Television en canales Nacionales.
- Promocion en Facebook, Twiter y pagina Web.
- Avisos publicitarios en medios escritos.

Oficina de Prensa

- Seguimiento anticipado y durante el evento hasta la entrega de resultados.
- Informe de los resultados de prensa por cada medio y sus mediciones.
- Rueda de prensa antes de cada evento.

Animación y Locución

- Sistema de sonido y locución interno durante la duración del evento.

Identificación Corporativa

- Vallas publicitarias (3 x 1 m) alrededor del escenario deportivo
- Logotipos en estructuras estratégicas.
- Logotipos en el “backing” de prensa.
- Zona de “Dummies”.
- Stands de promoción.

ZONAS POR DEPENDENCIA

- Zona de hospitalidad para invitados especiales
- Zona de jueces y directivos deportivos
- Zona de stands y comidas
- Zona de Pits para los equipos y pilotos.

COORDINACIÓN FEDERACIÓN Y LIGAS

Se garantiza que cada Federacion, Liga o Club cuente con recursos para la realización adecuada de cada válida:

- Policía y Logística
- Arreglo Escenario
- Director, jueces y juzgamiento si es necesario.
- Baños
- Ambulancias
- Gastos de Alimentación y Transporte
- Avales

BENEFICIOS CORPORATIVOS

En cuanto a imagen de la marca:

- Posicionamiento
- Reconocimiento
- Publicidad
- Relaciones publicas
- Valor y experiencias

En cuanto a ventas:

- Activaciones
- Promociones

- Redenciones

En cuanto a valores agregados y beneficios:

- Deporte
- Salud
- Entretenimiento
- Cultura

2.3 ZONA DE INFLUENCIA

La zona de influencia corresponde a la UPZ 97 (Chico Lago) en la Localidad No. 2 de Chapinero de la ciudad de Bogotá la cual incluye los barrios: Antiguo Country, Chico Norte, Chico Norte II, Chico Norte III, Chico Occidental, El Chico, El Retiro, Espartillal, La Cabrera, Lago Gaitan, Porciuncula y Quinta Camacho.

Plano. Localización Chapinero





PRINCIPALES ASPECTOS ECONÓMICOS Y EMPRESARIALES DE CHAPINERO

En Chapinero se localiza el mayor número de empresas de Bogotá, 23.581, equivalente al 12%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (84%), industria (5,9%) y construcción (5,8%).

En la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas (23.581), 16.283 son microempresas que representaron el 69% de la localidad y el 9,3% de Bogotá.

Los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas

de la localidad Chapinero son: servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (30,2%), comercio (22,8%), intermediación financiera (8,4%) y hoteles y restaurantes (7%). El 29% de las empresas de la localidad Chapinero son personas naturales, y el 71% de personas jurídicas. Sólo el 10% realizan operaciones de comercio exterior y el 4% registró actividades de exportación.

En el 2005 se liquidaron 628 empresas, 20% del total liquidadas en Bogotá. La mayor concentración se presentó en el sector de las microempresas (70%) y pequeñas empresas (21%) y el mayor valor liquidado se registró en las grandes (42%) y microempresas (37%).

En la localidad Chapinero se identificaron 10.707 posibles empresas que pueden articularse a las cadenas productivas de Construcción e Ingeniería Civil, Productos alimenticios, Software, Salud, Textil y Confección.

EMPRESAS Y ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA LOCALIDAD

En el 2004 se registraron 203 mil empresas en Bogotá. De éstas, 12%, equivalentes a 23.581 empresas, se ubicaron en la localidad Chapinero. Frente a las demás localidades de la ciudad ocupó el primer lugar por número de empresas. En términos del valor de los activos, las empresas en Bogotá reportaron \$320 billones, de los cuales \$130 billones pertenecen a la localidad de Chapinero, por lo cual también se ubicó en el primer puesto con este indicador.

La actividad empresarial de la localidad de Chapinero se concentró en el sector de los servicios (84%); otros sectores representativos para la economía local fueron la industria (5,9%) y la construcción (5,8%). La mayor participación del sector servicios es el resultado de la concentración de las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (30%) y del comercio y la reparación de vehículos (23%); estas dos actividades son el eje de la economía local. También se destacaron por su número, aunque en menor proporción, las actividades de intermediación financiera (8,4%), los hoteles y restaurantes (7%), y transporte,

almacenamiento y comunicaciones (6%).

Según el tamaño de las empresas, se puede afirmar que Chapinero es una localidad con mayor presencia de microempresarios. Del total de empresas en el 2004, se encontró un total de 16.283 microempresas, que representaron el 69% de las empresas establecidas en la localidad y el 9,3% de Bogotá. Las pymes representaron el 13%, mientras la gran empresa registró una participación del 1%.

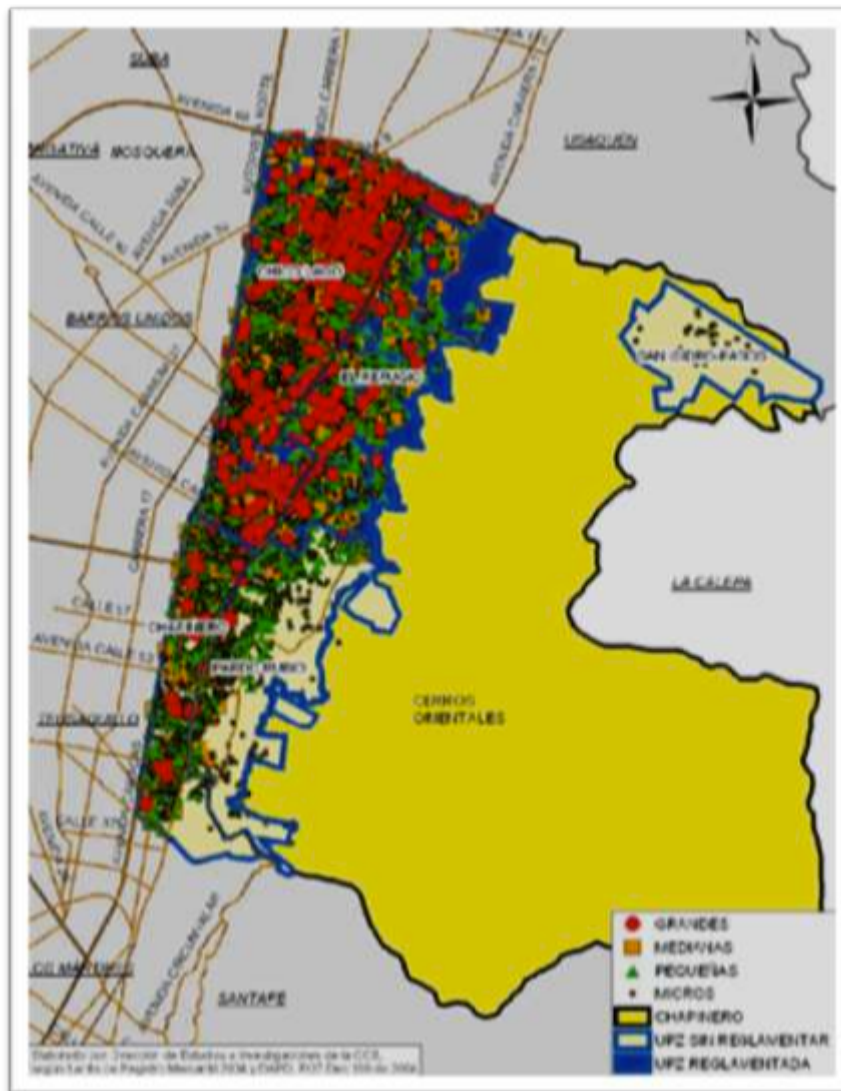
En la localidad se encuentran empresas grandes tan importantes como, Bavaria SA, en el sector de industria; Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Colombia SA, Banco Colmena SA, Citibank – Colombia S A, Banco Santander Colombia S A, Capital Energía S A, en el sector de intermediación financiera; Emgesa SA, ESP, Empresa de Energía de Bogotá SA, Codensa SA, ESP, en el sector de suministro de electricidad, gas y agua, y Oleoducto Central S A y la empresa Comunicación Celular SA, COMCEL SA, en el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones. Firmas como las mencionadas han contribuido al desarrollo de la actividad económica y a la generación de empleo en la localidad.

La mayor proporción de las empresas de Chapinero se localizan geográficamente en la parte norte de la localidad, cerca de las avenidas principales. Se destacaron por concentración empresarial los barrios tradicionales de Chicó Norte, Lago Gaitán, La Porciúncula, Chapinero Central, Chicó, Quinta Camacho, Chicó Norte II, Antiguo Country, Chicó Norte III y Chapinero Norte.

En la UPZ Chicó Lago se encuentra la mayor concentración de empresas de Chapinero; le sigue la UPZ Chapinero de vocación comercial.

En Chapinero se encuentran reglamentadas las UPZ que corresponden a los estratos socioeconómicos altos y al mayor número de empresas de la localidad, excepto la UPZ Chapinero que se encuentra en proceso de reglamentación.

Plano. Localización 29 de las empresas por UPZ en Chapinero



2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Como el producto esta dirigido a empresas que quieran apoyar el deporte y ver la posibilidad de reducción de impuestos a partir de este apoyo, realmente no existe un perfil en específico ya que cualquier empresa que quiera apoyar el deporte y se acomode a los planes que se les ofrece puede participar del evento. Aunque en

primera instancia se les presentara los planes de vinculación a todas las empresas que tengan productos o que tengas algo que ver con la industria del motociclismo.

2.5 ANALISIS DEL SECTOR CONTEXTO

La zona de influencia corresponde a la UPZ 97 (Chico Lago) en la Localidad No. 2 de Chapinero de la ciudad de Bogotá ya que en este lugar se encuentran las oficinas de las empresas mas importantes no solo a nivel nacional sino a nivel internacional con un potencial de inversión alto por su magnitud en el país.

2.6 ANALISIS DEL MERCADO

2.6.1 LA COMPETENCIA

La competencia a nivel nacional es la Federación de Motociclismo, la cual desarrolla los eventos referentes al tema del motociclismo a nivel nacional con tan solo un patrocinio, el cual solo alcanza para desarrollar el evento como tal sin poder realizar actividades adicionales para los participantes y los patrocinadores. A nivel departamental son las Ligas las encargadas de realizar los eventos, los cuales solamente 5 ligas son capaces de realizar los eventos, muchas veces con recursos de los mismos pilotos y otras con los pocos recursos que reciben del gobierno.

2.7 DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES

La estrategia de mercadeo que utilizara **XTREME EVENTS SAS** es una combinación de varias variantes para asi poder ofrecer el mejor servicio a patrocinadores, pilotos y publico en general. Para patrocinadores se ofrecerá un Plus en sus paquetes de vinculación que es la Zona de Hospitalidad, este Plus consta de ofrecer comodidad y variedad gastronómica en un sitio con confort y a la

vez poder disfrutar del espectáculo del evento, adicional a esto para los patrocinadores se realizaran actividades especiales con pilotos para invitados especiales dela marca o invitados por concursos o premios dados por ellos mismos.

Para los pilotos se ofrecerá una zona de Pits con todas las comodidades en cuanto a puntos eléctricos, puntos de agua y un sitio especial de comidas exclusivo para pilotos.

Para el publico en general se ofrecerá buenos sitios de tribunas en los cuales puedan apreciar el evento sin incomodidad alguna, servicio de parqueadero incluido en la boleta y un sitio con una gran variedad de comidas.

En general la estrategia es ofrecer el mejor servicio con la mejor calidad en cuanto a especificaciones técnicas.

3. FASE TECNICA

3.1 LOCALIZACION

La oficina seria en arriendo ya que no se cuenta con los recursos necesarios para la compra de una, se necesitaran unos 40 a 50 metros cuadrados ya que el trabajo en oficina no va ser mucho, el trabajo va a ser mas de campo.

El trabajo de campo se realizara en la pista de motocross La Florida, este circuito se encuentra en las afueras de Bogotá en el Parque La Florida administrado por el IDR, la pista se encuentra a cargo de una empresa de accesorios para motociclismo llamada CALIFORNIA XTREME. Este circuito tiene un recorrido de 1.800 metros en los cuales se encuentran varios tipos de obstáculos completamente reglamentarios para la practica del deporte, también cuenta con los espacios para todos los requerimientos técnicos y logísticos que debe tener un evento de Motocross.

A nivel nacional se contara con las pistas de cada región, previamente se evaluara cual escenarios es apto para poder realizar los eventos y así poder contar con la mejor opción. El escenario debe contar mínimo con:

- Recorrido mayor a 1.700 metros.
- Zona de Pits (1.000 metros cuadrados)
- Zona de Parqueadero (3.000 metros cuadrados)
- Zonas adicionales para Pabellones de hospitalidad, stands y carpas de jueces. (1.000 metros cuadrados)

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto inicialmente seria bastante bajo ya que se estaría ofreciendo un producto ya olvidado desde el año 2002 y el nivel de demanda seria bajo y apenas se cubrirían los gastos expuestos en el presupuesto.

Podría ir creciendo de acuerdo a la buena gestión que se realice al principio en cuanto a ofrecer un producto atractivo y flexible a cualquier tipo de empresa interesada en vincularse a los eventos y así poder tener ventas adicionales en diferentes categorías para poder aumentar la demanda.

3.3 DESARROLLO DEL PRODUCTO

El producto se empieza a desarrollar a partir de la cantidad de validas que tenga propuesta la Federación de Motociclismo, a partir de eso se desarrollan los paquetes para las vinculaciones de patrocinio de acuerdo al monto que este presupuestado por valida o por campeonato.

Los paquetes de vinculaciones tendrán muchas variaciones ya que se establecerán categorías de vinculaciones:

- TITULAR
- ORO
- PLATA
- BRONCE

A cada una de estas categorías se establecerán subcategorías de acuerdo a las necesidades de las marcas interesadas, estas variaciones mas que todo se diferenciarian en la cantidad de beneficios que recibe la marca tales como:

- Pautas en medios escritos, radio y televisión
- Logos en Backing de prensa, pautas publicitarias.
- Vallas en pista
- Numero de acreditaciones a las diferentes zonas de la pista

También se tiene que tener en cuenta que no en todos los escenarios las condiciones son las mismas ya que puede tener variaciones en cuanto a la producción de cada valida o evento. A la vez para cada patrocinador se le dará como un elemento adicional una prioridad en su categoría.

En cuanto al montaje se empezara con la evaluación del escenario para así poder diseñar los espacios publicitarios de acuerdo a las categorías, establecer con anterioridad la utilización de cada espacio disponible para poder optimizar el espacio no solo para los pilotos y invitados al evento sino al publico asistente, diseñar el espacio de las tribunas a publico y los pabellones de Hospitalidad, definir el mejor sitio para la zona de pits para que tenga e menor contacto con el público asistente y coordinar con las personas encargadas de la transmisión de televisión el espacio que ellos requieren para sus cámaras y su móvil.

3.4 PERSONAL REQUERIDO PARA CADA FASE DEL PROCESO DE PRODUCCION

- **PERSONAL**

Para el desarrollo de los eventos o validas se tendrán en cuenta dos tipos de contrataciones:

- **PERSONAL DE PLANTA**, este personal son las personas que trabajaran todo el tiempo en la empresa, son las personas que se encargan de la parte administrativa, prensa, comercial, mercadeo y producción.

- **PERSONAL TEMPORAL**, este personal son las personas que se necesitan para tareas específicas solo durante los eventos, tales como:
 - Director de carrera
 - Comisión técnica
 - Comisarios de carrera
 - Seguridad
 - Logística
 - Producción y montaje
 - Mantenimiento
 - Aseo
 - Transporte
 - Salud

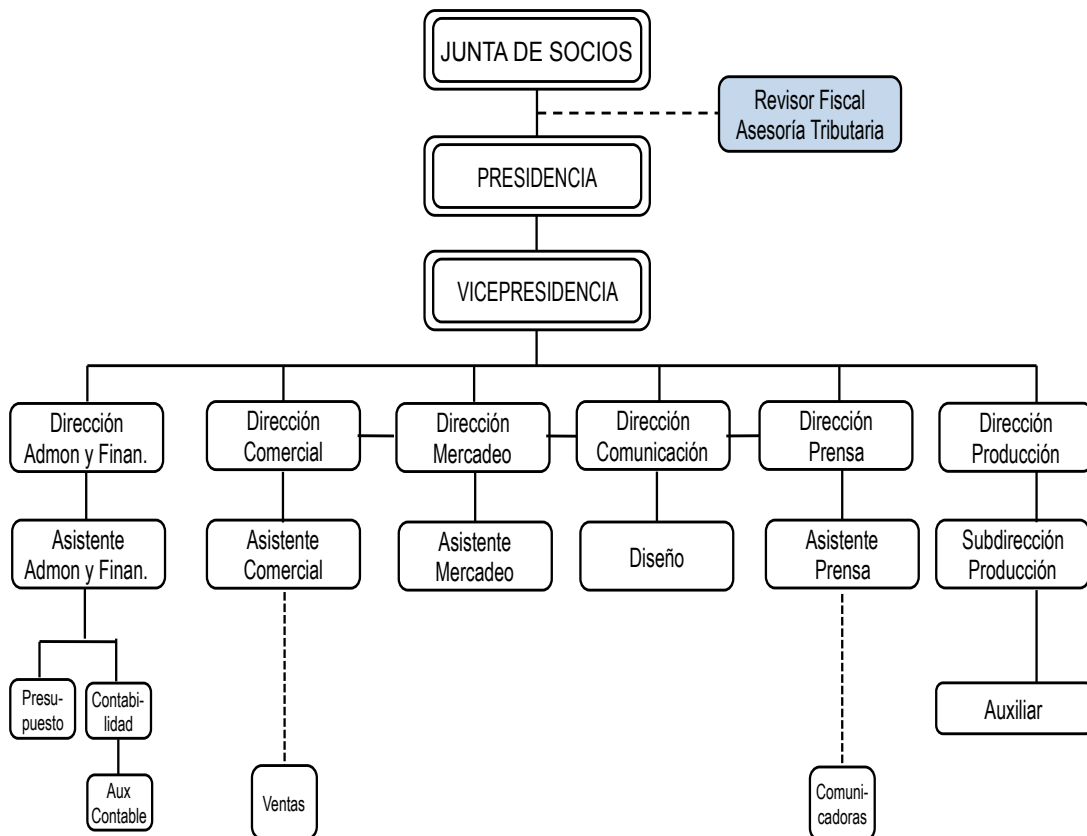
3.5 SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD SOBRE EL PRODUCTO

Para los sistemas de calidad del producto se tomara en cuenta las presentaciones al cliente al momento de la venta del paquete de patrocinio, antes de iniciar el evento se realizara un recorrido en el escenario para evaluar que la cantidad de piezas publicitarias convenidas estén presentes, en cuanto a la parte de medios al finalizar el evento el departamento de prensa realizara un informe de medios para evaluar en la cantidad de notas que se publicaron acerca del evento, no solo en las propuestas en el paquete sino el freepress.

En cuanto al control de la parte deportiva lo realizara la Federación y su comisión técnica con reglamento en mano para evaluar que el escenario cumpla con los requisitos mínimos para los pilotos.

4 FASE ADMINISTRATIVA

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



4.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

OBJETIVO GENERAL

Crear una organización la cual desarrolle la asesoría y marketing deportivo teniendo en cuenta todos los parámetros necesarios para la realización de estos

eventos con calidad en infraestructura y promoción comercial con la opción de extenderse a eventos culturales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS (cuantificables)

- Servir como garante de la administración.
- Brindar asesoría en el desarrollo oportuno del evento deportivo según las necesidades del cliente.
- Promover el deporte en Bogotá para crear mayor afición.
- Promover el talento Colombiano para eventos internacionales.
- Convertir los eventos deportivos de Motocross en un producto altamente comercial y productivo para los patrocinadores.
- Obtener una rentabilidad de X % lo cual corresponde a X millones de pesos
- Obtener una participacion en el mercado de minimo en el 50 % en los eventos que existan para esta modalidad lo cual corresponde a X eventos.

4.3 PERSONAL A CONTRATAR

Para escoger el personal que integrará la empresa **XTREME EVENTS S.A.S**, se ha definido un cierto modelo que cumpla con las expectativas de la organización, debido a que el recurso humano es el motor fundamental de todo negocio; por tal razón a continuación se enumerará las características que moldearán el perfil deseado de los trabajadores que conformarán la nueva empresa en la ciudad de Bogotá, entre ellos:

- Educación Académica
- Formación Moral
- Habilidad para desempeñar el cargo
- Experiencia: demuestren en el desempeño de su trabajo los siguientes principios éticos y humanistas

- Confianza
- Integridad
- Confidencialidad
- Discreción
- Profesionalismo

Las anteriores características, conforman el perfil deseado para el personal que ingrese a la organización, las cuales se basarán en la Política de Calidad; política que se verá reflejada en los resultados de cada área o departamento.

Si se retoma la Política de Calidad, se enfocará el primer objetivo deseado, el cual es brindar un “Servicio de Calidad”, y esto sólo se haría con ayuda del talento humano; cuando se habla de contar con un personal altamente calificado, se hace referencia nuevamente al talento humano; por esta simple razón se puede deducir que todos los procesos de la organización no se llevarían a cabo sin la ayuda del personal que la integra.

4.4 MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCION DE LOS CARGOS

NOMBRE DEL CARGO:

Presidencia

PROPOSITO:

El presidente de XTREME EVENTS actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad.

Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con el vicepresidente y los demás gerentes funcionales, planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Actúa como soporte a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de

cada área funcional.

Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, de forma local e internacional.

Su objetivo principal es el de generar valor a la compañía a través de actividades de marketing, eventos deportivos y productos relacionados de alto nivel.

FUNCIONES:

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su vicepresidente y directores.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Planear el cronograma de eventos a desarrollar en el transcurso del año y realizar contactos para su cumplimiento.
- Desarrollar y crear proyectos para presentarle a la junta directiva.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución.
- Mantener contacto continuo con clientes y proveedores en busca de negocios

productivos manteniendo relaciones favorables y desarrollando alianzas estratégicas.

- Aprobar las transacción financiera como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc.

Jefe Inmediato: Reporta a la Junta de Socios.

Supervisa a: Vicepresidencia.

NOMBRE DEL CARGO:

Vicepresidencia

PROPOSITO:

Planear, organizar, supervisar y evaluar la gestión administrativa, financiera y comercial de la organización, las actividades del personal y ejecutar las políticas. Desarrollar los estudios e investigaciones que identifiquen y busquen soluciones a las necesidades de la organización.

FUNCIONES:

- Asesorar a la presidencia y a las demás dependencias del nivel directivo de la empresa, en asuntos jurídicos, administrativos y comerciales que interesen a la misma.
- Ejercer la representación de la empresa en los proceso en que esta sea parte o tenga interés.
- Proponer y participar en la formulación de planes, programas y proyectos dirigidos al fortalecimiento y optimización de los recursos financieros y económicos.
- Hacer el seguimiento económico y financiero de los planes, programas y proyectos, reportando oportunamente los resultados y efectuando las recomendaciones pertinentes a la junta de socios.
- Planear, dirigir y orientar el proceso de desarrollo del talento humano y

administración de personal.

- Garantizar el trámite y gestión de los asuntos de carácter administrativo interno y proporcionar la información requerida para la toma de decisiones por parte de la presidencia y los entes de control fiscal.
- Apoyar y promover en su área, las políticas de XTREME EVENTS SAS conducentes a la consecución de recursos y al establecimiento de relaciones e intercambios con otras instituciones nacionales e internacionales.
- Coordinar la elaboración, actualización y difusión de los manuales de funciones y procedimientos de la institución, como mecanismos para el desarrollo y actualización organizacional.
- Participar en la evaluación de los servicios ofrecidos por la institución, con el objeto de determinar las falencias, mejorar y extraer los aciertos para intensificarlos, mejorando de esta forma la eficiencia y la eficacia de los servicios.

Jefe Inmediato: Presidencia.

Supervisa a: Dirección Administrativa y Financiera, Mercadeo, Comunicaciones, Prensa y Producción.

NOMBRE DEL CARGO:

Dirección administrativa financiera

PROPOSITO

El gerente administrativo y financiero tiene a cargo el proceso de administración financiera de la organización. Se encarga de ciertos aspectos específicos de una organización como lo son: inversión, financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización. Además de cuidar los recursos financieros buscando que sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo.

FUNCIONES:

- Participar en la elaboración y ejecución del Plan Estratégico y el Plan Operativo Anual del departamento.
- Análisis de los aspectos financieros de todas las decisiones.
- Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos).
- Ayudar a elaborar las decisiones específicas que se deban tomar y a elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones. Las variables de decisión incluyen fondos internos vs. Externos, fondos provenientes de deuda vs. Fondos aportados por los accionistas y financiamiento a largo plazo vs. corto plazo.
- Análisis de las cuentas específicas e individuales del balance general, flujo de caja y estado de resultados.
- Vincular a la empresa con los mercados de dinero y capitales.
- Elaboración de presupuestos y reportes financieros que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.
- Negociación con clientes, en temas relacionas con crédito y pago de proyectos.
- Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la presidencia.
- Manejo de los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc.
- Aprobación y supervisión de la facturación.
- Relación directa con Bancos (obtención y renovación de préstamos, transacciones en dólares, etc.).

Jefe Inmediato: Vicepresidencia.

Supervisa a: Asistente administrativa, contabilidad, presupuesto, asistente contable.

NOMBRE DEL CARGO:

Dirección comercial

PROPOSITO:

Planear, dirigir, ejecutar y controlar las acciones destinadas a asegurar la comercialización de los eventos deportivos y demás productos de XTREME EVENTS SAS en condiciones de oportunidad y rentabilidad, promoviendo el mayor margen para la empresa.

FUNCIONES:

- Participar en la elaboración y ejecución del Plan Estratégico y el Plan Operativo Anual del departamento.
- Definir mercados objetivos para cada producto desarrollado por la empresa.
- Proponer las políticas, planes y procedimientos de trabajo para la comercialización de productos.
 - Establecer los parámetros de operación comercial de la empresa, así como analizar y evaluar los resultados obtenidos, a través del desarrollo de indicadores de gestión para controlar la Gestión Comercial.
 - Reclutar y seleccionar al personal de ventas.
 - Establecer los parámetros de bonificación y motivación de su fuerza de ventas.
 - Ejercer liderazgo en su equipo de ventas.
 - Realizar el primer contacto con nuevos clientes.
 - Apoyar en el diseño y realización de las ofertas para cada tipo de cliente.
 - Controlar el cumplimiento de los acuerdos realizados.
 - Informar resultados finales a cada cliente.

- Mantener contacto y relación con el cliente.

Jefe Inmediato: Vicepresidencia.

Supervisa a: Asistente comercial y ventas.

NOMBRE DEL CARGO:

Dirección mercadeo

PROPOSITO:

El jefe de Marketing y Publicidad es el encargado de crear e implementar las estrategias necesarias de marketing y publicidad que permitan fortalecer la difusión y la imagen corporativa de la organización y de los eventos que esta realice.

FUNCIONES:

- Participar en la elaboración y ejecución del Plan Estratégico y el Plan Operativo Anual del departamento.
- Orientar las decisiones estratégicas de la Presidencia, detectando las tendencias, evolución, oportunidades y riesgos de mercado.
- Desarrollar, presentar e implementar estrategias de mercadeo para la empresa y nuevos productos.
- Reforzar la imagen y el posicionamiento de la organización y favorecer la implementación de los objetos, apoyando la gestión de ventas.
- Elaborar y gestionar el plan de marketing.
- Coordinar y controlar las actuaciones y procesos en su área de trabajo.
- Mantener información actualizada sobre nuevas tendencias y técnicas para considerar la conveniencia de su utilización.
- Detectar oportunidades de mercado.
- Asesorar a la Presidencia y Vicepresidencia en temas relacionados.

- Fomentar en toda la organización la sensibilidad hacia los planteamientos de mercado.
- Valorar la eficacia y resultado de las diferentes acciones de marketing que se planteen o se hayan realizado.
- Procurar el mejor ambiente laboral en su equipo.

Jefe Inmediato: Vicepresidencia.

Supervisa a: Asistente de mercadeo.

NOMBRE DEL CARGO:

Dirección comunicaciones

NATURALEZA:

Es el área encargada de liderar y desarrollar las acciones de comunicación masiva y selectiva con los clientes y la comunidad en general, mediante la administración de la información, marketing, publicidad, relaciones publicas, redes sociales y estudios de opinión de diverso tipo, que promuevan corrientes de opinión internas y externas favorables que fortalezcan la imagen de la organización.

FUNCIONES:

- Participar en la elaboración y ejecución del Plan Estratégico y el Plan Operativo Anual del departamento.
- Diseñar, ejecutar y supervisar las campañas de publicidad y medios de los diferentes eventos de la compañía y reforzamiento o lanzamiento de nuevos productos y servicios.
- Creación, ejecución, dirección y supervisión de estrategias de comunicación y mercadeo para página web, newsletters, redes sociales y demás elementos de comunicación de la compañía.
- Creación y ejecución de estrategias de bases de datos de la compañía: concursos, envío de información, etc.

- Elaborar estudios de marketing para nuevos productos y servicios, y ejecutar las actividades para su implementación.
- Organizar y concertar la participación de la organización en actividades culturales, cívicas, artísticas y de proyección social, de acuerdo a los lineamientos aprobados, que incentiven el desarrollo de la comunidad proyectando la imagen y presencia de la organización.
- Organizar y supervisar el diseño, diagramación y elaboración de textos.
- Administrar el contenido y diseño de la página web de la organización, y de las diferentes redes sociales como Twitter, Facebook, etc.

Jefe Inmediato: Vicepresidente

Supervisa a: Asistente de Diseño.

NOMBRE DEL CARGO:

Dirección prensa

PROPOSITO:

El director de prensa es el encargado de las relaciones de tal organización con los medios de comunicaciones. Su función principal es proporcionar a los medios información y noticias relevantes de la organización.

FUNCIONES:

- Participar en la elaboración y ejecución del Plan Estratégico y el Plan Operativo Anual del departamento.
- Planificar, organizar y coordinar las actividades de recolección de información y la publicación de los órganos informativos internos.
- Organizar y diseñar estrategias periodísticas.
- Coordinar y dirigir las pautas periodísticas de las distintas actividades que se realizan como ruedas de prensa.
- Diseñar y ejecutar plan de medios por evento.

- Elaborar informes generales por evento, free-press, boletines
- Convocar medios para eventos y actividades especiales.
- Elaborar y coordinar videos (promocionales de eventos) y procesos creativos (activaciones de marca, textos de promo de radio y tv)
- Levantar y administrar la de base de datos de periodistas.
- Coordinar los archivos de prensa y fotografía periodística.
- Coordinar y supervisar las actividades del personal a su cargo.
- Seleccionar material de información de interés para la institución.
- Revisar y autorizar las requisiciones de materiales y equipos de trabajo.

Jefe Inmediato: Vicepresidencia.

Supervisa a: Asistente de prensa.

NOMBRE DEL CARGO:

Dirección de producción

PROPOSITO:

El director de montaje es el encargado de la coordinación de el plan de montaje para cada tipo de proyecto. Su función principal es lograr el mejor resultado en la producción de los eventos.

FUNCIONES:

- Planeación, desarrollo y control del plan de montaje y desmontaje.
- Diseño de la organización del evento, ubicación de carpas, tarifas, tribunas y zonas de hospitalidad.
- Diseño de las estructuras para la publicidad.
- Reclutar y seleccionar al personal de montaje.
- Establecer los parámetros de bonificación y motivación del personal de montaje.
- Ejercer liderazgo en su equipo de montaje.

- Realizar estudio de mercado de los proveedores para seleccionar el que cumpla con los requisitos y seleccionar el mas adecuado.
- Realizar el pedido de material necesario para el evento.
- Manejo del inventario de material
- Supervisión del material que se envía a impresión.
- Coordinar el transporte.
- Manejo de la caja menor.
- Coordinación de los diferentes pagos de producción.

Jefe Inmediato: Vicepresidencia.

Supervisa a: Asistente de producción.

NOMBRE DEL CARGO:

Asistencia administrativa

NATURALEZA:

Bajo la supervisión del Director Administrativo y Financiero, se encarga de la realización de tareas administrativas en general. Su función principal es la realización y control presupuestal de la organización.

FUNCIONES:

- Desarrollo y control del presupuesto y flujo de caja general y de los diferentes proyectos
- Control y autorización de los gastos y pagos a realizar.
- Control de los ingresos y cuentas por cobrar.
- Coordinación de las compras que solicitan las Direcciones, realizando la cotización de varios proveedores.
- Conseguir los vistos buenos para el pago a los diferentes proveedores.
- Coordinación de los viajes de las diferentes personas, en términos de viáticos y

transporte.

- Asistencia directa a las diferentes Direcciones.
- Coordinación de actividades sociales de la empresa.
- Apoyo al Presidente en lo que requiera.
- Mantener un control de los servicios básicos que hay que pagar.
- Preparar informes mensuales de ejecución.

Jefe Inmediato: Director Administrativo y Financiero.

Supervisa a: Contabilidad, Presupuesto y Auxiliar contable.

NOMBRE DEL CARGO:

Presupuesto

PROPOSITO:

El área de presupuesto es la encargada de participar en formulación, programación y evaluación del presupuesto anual de la organización.

FUNCIONES:

- Participar en la formulación, programación y evaluación del respuesta de la organización y los diferentes presupuesto en el transcurso del año.
- Elaborar la evaluación semestral y anual del presupuesto de la organización.
- Coordinar y participar en la formulación el Plan Estratégico y Plan Operativo .
- Apoyar en las conciliaciones del marco presupuestal y en proceso de cierre y conciliación anual del presupuesto, en concordancia a la normatividades presupuestal vigente.
- Emitir opinión técnica sobre documentos y proyectos relacionados con el presupuesto, proyectos de inversión, de cooperación técnica y sobre convenios.

- Realizar las demás funciones que le asigne el Director Administrativo y Financiero de la organización de acuerdo al ámbito de su competencia.

Jefe Inmediato: Director Administrativo y Financiero y Asistente Administrativo y Financiero.

Supervisa a: Sin persona a su cargo.

NOMBRE DEL CARGO:

Contabilidad

PROPOSITO:

El área contable es la encargada del manejo de clientes, nómina, bancos y viáticos.

FUNCIONES:

- Manejo de proveedores: recepción de facturas, comprobantes de retención, archivo, pago, fechas de vencimiento y valores.
- Manejo de bancos: custodia y emisión de cheques, conciliaciones bancarias y manejo de libros bancarios.
- Manejo de clientes: facturas, recaudo de cartera, comprobantes de retención y archivo.
- Actividades de nomina: pagos, archivos, permisos y vacaciones.
- Actividades de viajes: facturas, viáticos y control de respaldos.
- Actividades contables: Digitalizar información, actualización continua de archivos, entrega de información a la Contadora y Asistente Administrativa, autorizar facturas en las diferentes áreas.
- Realizar las solicitudes de pólizas de los diferentes contratos.
- Manejo de soportes contables legalizados para contabilidad y liquidación de impuestos.

- Coordinación de mensajería.
- Envío y recepción de correspondencia.
- Manejo de caja menor.
- Recepción telefónica.
- Manejo de suministros de oficina y cafetería.

Jefe Inmediato: Asistente Administrativo y Financiero.

Supervisa a: Auxiliar contable.

NOMBRE DEL CARGO:

Auxiliar contable (Eventos)

PROPOSITO:

El auxiliar contable deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de las cuentas y disposiciones financieras del concesionario. El auxiliar contable verifica y registra la información en los libros mayores o las computadoras, balancea las cuentas y recopila informes y estados financieros

FUNCIONES

- Apoyo en la digitación de la información contable en el programa.
- Coordinación de la entrega de información a los contadores.
- Actualización continua de los archivos.
- Reconciliar y balancear las cuentas.
- Revisar las cifras, anotaciones y documentos para un correcto asiento contable en los libros, ser preciso y minucioso con los números y codificación.
- Llenar y enviar los formularios de impuestos, formularios de compensación a trabajadores, formularios de contribución de pensión y otros documentos gubernamentales.

Jefe Inmediato: Contabilidad.

Supervisa a: No tiene personas a su cargo.

NOMBRE DE CARGO:

Asistencia comercial

PROPOSITO:

Bajo la supervisión del Director Comercial, se encarga de la realización de tareas administrativas que tengan alguna relación comercial con los clientes y de gestión básicas, recibiendo, registrando y transmitiendo información y documentación, así como operaciones de tratamiento de datos, manteniendo la confidencialidad requerida.

FUNCIONES

- Apoyo al Dirección Comercial.
- Actualizar base de datos comerciales.
- Preparar información de los clientes para el proceso de facturación, revisando y verificando precios e importes facturados.
- Organizar la documentación del Área comercial.
- Concertar citas con clientes
- Preparar documentación y artículos promocionales para los clientes (cartas, merchandising, etc.).
- Coordinar con los proveedores la publicidad y el merchandising.
- Realizar balance comercial por proyecto.
- Generar conclusiones de la estrategia comercial usada para la venta del producto específico.
- Proporcionar información de demandas de nuevos productos al área de mercadeo.

Jefe Inmediato: Dirección Comercial.

Supervisa a: No tiene personas a su cargo.

NOMBRE DEL CARGO:

Asistencia de mercadeo y comunicaciones

PROPOSITO:

Colaboración en todas las labores relacionadas con la comercialización y el mercadeo de los diversos productos que ofrece XTREME EVENTS SAS.

FUNCIONES:

- Apoyo a la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones.
- Organizar los eventos especiales que promuevan la imagen y los productos que ofrece EXTREME EVENTS SAS.
- Realizar encuestas a clientes y empleados, tabular y procesar la información y colaborar en la realización de actividades para la presentación de los resultados obtenidos de los estudios de mercado.
- Brindar apoyo logístico en la preparación y distribución de boletines informativos y finales de los eventos y productos de la empresa.
- Colaborar en la revisión de facturas y trámites de los pagos por la contratación de servicios.
- Realizar cualesquiera otras funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por su superior inmediato.
- Actualizar bases de datos .
- Realizar cuadros estadísticos y gráficos .
- Realizar presentaciones

Jefe Inmediato: Director de Mercadeo.

Supervisa a: No tiene personas a su cargo.

NOMBRE DEL CARGO:

Diseño

PROPOSITO:

El área de diseño es la encargada de fijar los estándares para el uso de la imagen corporativa, definición de fuente y color. Además de la creación de las imágenes para los diferentes eventos.

FUNCIONES:

- Manejo de la imagen de la compañía.
- Trabajar en la interpretación, ordenamiento y presentación de los mensajes visuales, que forma parte de la planificación y estructuración de las comunicaciones.
- Es responsable del diseño Web del sitio oficial de la organización.
- Realizar la imagen y campaña para los diferentes proyectos, preparar su presentación y asegurarse de la calidad de la misma.
- Recomendar un tratamiento visual creativo y efectivo de la publicidad.
- Desarrollar y realizar las piezas publicitarias y adaptarlas a los diferentes medios.
- Confeccionar los pre-diseños del material de difusión de los diferentes eventos de la organización.
- Colaborar con las diferentes dependencias internas de la organización para la confección de material gráfico.

Jefe Inmediato: Director de Comunicaciones

Supervisa a: No tiene personas a su cargo.

NOMBRE DEL CARGO:

Asistencia de prensa

PROPOSITO:

Colaboración en todas las labores de prensa que ofrece XTREME EVENTS SAS.

FUNCIONES:

- Redacción de boletines informativos.
- Seguimiento a medios.
- Convocatorias para ruedas de prensa
- Coordinación de ruedas de prensa.
- Manejo redes sociales.
- Realización de informes.
- Desarrollo y manejo de Free press.
- Selección de material audiovisual de los eventos

Jefe Inmediato: Director de Prensa

Supervisa a: No tiene personas a su cargo.

NOMBRE DEL CARGO:

Asistencia de producción/ mensajería

PROPOSITO:

Es la mano derecha del director de producción y el apoyo en el tema de mensajería de la organización cuando no hay proyectos.

FUNCIONES:

- Preparación de los reportes de montaje para el director.
- Registro y control del tiempo de trabajo y equipo extra.
- Seguimiento del cronograma desarrollado por el Director.

- Contacto con los proveedores seleccionados.
- Supervisión del equipo de montaje.
- Apoyar al director en todo lo que necesite relacionado con el montaje.
- Mensajería: Coordinar con Contabilidad el cronograma de actividades diarios y semanales.

Jefe Inmediato: Director de Producción – Contabilidad.

Supervisa a: No tiene personas a su cargo.

4.5 PROCESOS DE INGRESOS Y SALIDA DEL PERSONAL

El proceso de selección de personal consiste en un sistema selectivo cuya finalidad esencial es la búsqueda y obtención de los individuos más adecuados para el cargo y puesto de trabajo establecido en la entidad, mediante la observación de perfiles y la aplicación de pruebas, a través de los cuales se logre apreciar las características del individuo en lo relacionado con su personalidad, inteligencia, conocimientos, experiencia, actitudes y aptitudes.

- Convocatoria de candidatos
- Recopilación y recepción de hojas de vida
- Evaluación de las hojas de vida
- Evaluación de candidatos
- Pruebas especiales
- Realización de la entrevista personal
- Evaluación de resultados
- Decisión de incorporación

Este sistema tiene la siguiente secuencia

CONVOCATORIA DE CANDIDATOS A TRAVÉS DE LAS FUENTES APROPIADAS.

Entre las fuentes para la convocatoria se tendrán en cuenta las siguientes: Referencias de profesionales o entidades relacionadas; folletos o avisos en la misma empresa; referencias de entidades de educación superior del área de la salud; solicitudes de cargos en clasificados de periódicos generales y de revistas de salud; agencias de empleo; empleados y profesionales de la entidad

RECOPILACIÓN Y RECEPCIÓN Y DE HOJAS DE VIDA.

Comprende el aporte, recepción y estudio preliminar de las hojas de vida de los candidatos con la información que se ha solicitado por parte de la entidad.

Las hojas de vida de los candidatos y de los profesionales y personal administrativo contratado, deben contener los siguientes documentos:

- Formato de Hoja de Vida con la información de identificación personal, formación académica profesional y especializada, otros estudios realizados relacionados con la profesión, experiencia laboral específica, referencias y logros laborales o académicos.
- Fotocopia de diplomas de los títulos profesionales obtenidos en entidades educativas
- Fotocopia de cédula de ciudadanía o extranjería.
- Fotocopia de Certificados

EVALUACIÓN DE LAS HOJAS DE VIDA.

Revisión y análisis de las hojas de vida presentadas, comprobación de referencias, verificación del título de grado de especialista, profesional, técnico, tecnólogo y los certificados de aptitud ocupacional de auxiliar previo a la vinculación

EVALUACIÓN DE CANDIDATOS.

Preparación de la entrevista con base en los requerimientos del cargo. Para dicha preparación se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos a explorar en los candidatos:

- Formación académica del candidato tanto de cultura general como relacionada con su futuro puesto de trabajo.
- Experiencia previa en puestos similares al que opta el candidato.
- Interés o motivación del candidato por el puesto que va a ocupar.
- Personalidad del candidato, especialmente valorado para candidatos a puestos de responsabilidad en la empresa.
- Afinidad con los valores de la empresa y los que esta representa.
- Capacidad de adaptación al nuevo puesto de trabajo y a trabajar en grupo.
- Disponibilidad del candidato para trabajar en diversos horarios, realizar horas extras.

PRUEBAS ESPECIALES.

Aplicación, si es pertinente, de una prueba o examen destinado a evaluar conocimientos específicos sobre la labor a desempeñar.

REALIZACIÓN DE LA ENTREVISTA PERSONAL.

Corresponde a la interacción de la dirección o del personal designado por ella con el candidato a contratación con el fin de revisar los hallazgos relacionados con su proceso de selección, evaluar los aspectos de comunicación, empatía, interrelaciones y actitudes del candidato, sus expectativas en relación con la organización y su ajuste con los objetivos y metas como parte de la definición de contratación.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

Se refiere esta etapa a la valoración integral que realiza la dirección de los aspectos presentados y evaluados del candidato, para realizar una selección y definición de incorporación

DECISIÓN DE INCORPORACIÓN DEL TRABAJADOR.

La dirección toma la decisión de incorporar o no al candidato y se lo comunica personalmente o por escrito

INCORPORACIÓN DEL NUEVO TRABAJADOR

- Comunicación personal y/o escrita sobre la aceptación de contratación
- Solicitud de exámenes, constancias, certificados y/o documentos adicionales (por ejemplo, certificados o carnes de vacunación y examen médico).
- Inducción. Realización de la orientación necesaria sobre la entidad y el cargo a ocupar mediante una inducción personal guiada a través de la organización que incluya el conocimiento del personal, de la misión y visión de la entidad, de la funcionalidad técnica y administrativa y de los aspectos particulares de sus procesos, procedimientos, actividades y tareas a realizar.
- Entrenamiento. Instrucción específica sobre los procesos realizados en la institución, especialmente los de tipo administrativo y técnico. En el desempeño profesional se espera que sea ajustado a sus calidades y tal aspecto será observado en el curso del trabajo.

El Recurso Humano de la entidad se encontrará relacionado en un listado disponible para su revisión, control y, si es requerido, para su verificación por parte de los entes de vigilancia y control.

4.6 TIPOS DE CONTRATACIÓN

CONTRATO A TÉRMINO FIJO

El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero es renovable indefinidamente.

Si antes de la fecha del vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una

antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado, y así sucesivamente.

No obstante, si el término fijo es inferior a un (1) año, únicamente podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores, al cabo de los cuales el término de renovación no podrá ser inferior a un (1) año, y así sucesivamente.

En los contratos a término fijo inferior a un año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones y prima de servicios en proporción al tiempo laborado cualquiera que éste sea.

CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO

El contrato de trabajo no estipulado a término fijo, o cuya duración no esté determinada por la de la obra, o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio, será contrato a término indefinido.

El contrato a término indefinido tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen, y la materia del trabajo. Con todo, el trabajador podrá darlo por terminado mediante aviso escrito con antelación no inferior a treinta (30) días, para que el patrono lo reemplace. En caso de no dar aviso oportunamente o de cumplirlo solo parcialmente, se aplicará lo dispuesto en el artículo 8o., numeral 7o., para todo el tiempo, o para el lapso dejado de cumplir.¹

¹ www.graduadoscolombia.edu.co. Tipos de contrato.



Para la selección e ingreso del personal a la empresa, se haría con ayuda del Asesor Jurídico, el cual está facultado para realizar estos contratos, y que en un futuro no se presenten demandas; los contratos que se celebrarían con el personal están regidos por la ley

CONTRATO DE TRABAJO DE DURACIÓN POR LA OBRA O LABOR CONTRATADA.

Este tipo de contrato se les aplicaría a las personas que entraran a formar parte de la organización solo por el evento como lo son los asistentes de direcciones y personal adicional de montaje y producción.

CONTRATO INDIVIDUAL A TÉRMINO FIJO DE UNO A TRES AÑOS

Este tipo de contrato se le aplicara a todas las personas que formen parte integral de la organización como lo son las Direcciones de cada departamento.

4.7 TIPO DE SOCIEDAD (XTREME EVENTS S.A.S)

SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS

Las Sociedades por Acciones Simplificadas pueden constituirse por una o más personas, mediante documento privado en el cual se indiquen los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio del accionista o accionistas, razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificada o S.A.S., duración (puede ser indefinida), enunciación de actividades principales, cualquier actividad comercial ó civil lícita, capital autorizado, suscrito y pagado, forma de administración, nombre, identificación de los administradores.²

² <http://www.ccb.org.co>

5 FASE FINANCIERA

5.1 INVERSION

La inversión inicial es de \$50.000.000,00 de pesos, los cuales lo aportaran un solo inversionista, estos recursos se invertirán en las gastos operativos de 2 meses de anterioridad a comenzar el primer evento para poder realizar las presentaciones pertinentes para la venta de los paquetes de vinculación o patrocinio ya sea para un solo evento o toda la temporada.

5.2 EGRESOS

Los egresos son todos los gastos operativos de la empresa y los gastos y costos de la realización de los eventos, los gastos operativos de la empresa son los gastos de nomina, parafiscales, arriendo, telefonía móvil, servicios y papelería. Los gastos y costos del evento están especificados en la tabla No. 1.

5.3 INGRESOS

Los ingresos a XTREME EVENTS SAS se determinaran de un AIU (Administración 5% - Imprevistos 5% - Utilidad 5%) para un total de 15% por evento. En casos especiales se puede tener ingresos adicionales con la venta de paquetes opcionales o la obtención de vinculación en canje.

6 CONCLUSIONES

XTREME EVENTS SAS podría ser una empresa líder en marketing deportivo enfocada en deportes extremos, la mayoría de empresas de marketing deportivo están enfocadas en otro tipo de deportes y los eventos de deportes extremos apenas lo realizan las Federaciones y Ligas con los recursos del gobierno.

XTREME EVENTS SAS daría apoyo a este tipo de deportes con un enfoque mas puntual en el motociclismo por la experiencia en el pasado, pero no es tarea fácil, ya que la obtención de los patrocinios no es fácil a pesar que las empresas les interesa dar este apoyo económico por razones en rebaja de impuestos y de posicionamiento de marca.

Para lograr esta gran tarea se debe tener una gran claridad en las necesidades tanto de las empresas con sus marcas como la necesidad de los pilotos de realizar eventos en donde se vea el apoyo de las empresas privadas para así mismo los pilotos poder obtener patrocinios individuales.

Las relaciones publicas son el gran eslabón que hace de este proyecto una realidad, no solo por la obtención de patrocinios sino por lograr la alianza estratégica con medios para poder tener campañas atractivas para el futuro.