

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DE LA
EMPRESA FUTURA NETWORKS DE COLOMBIA S.A.S. PARA EL EVENTO
CAMPUS PARTY EN COLOMBIA.**

LINA PAOLA SUAREZ CASTRO

**ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE INGENIERÍA
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.
2013**

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DE LA
EMPRESA FUTURA NETWORKS DE COLOMBIA S.A.S. PARA EL EVENTO
CAMPUS PARTY EN COLOMBIA.**

LINA PAOLA SUAREZ CASTRO

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniera
Industrial**

Asesor:

LUIS ALFONSO GORDILLO MARTÍNEZ

Ingeniero Industrial

**ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE INGENIERÍA
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.
2013**

HOJA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado: Plan de mejoramiento en el departamento de producción de la empresa Futura Networks de Colombia S.A.S. para el evento Campus Party en Colombia fue aprobado con una calificación de ____ ____ ()

Director

Jurado 1

Jurado 2

Bogotá D.C., Enero de 2014

AGRADECIMIENTOS

Mi Agradecimiento va dirigido a todas las personas que me han apoyado por sus palabras de aliento y aportes en sus conocimientos para que este gran logro se haga posible a Mis Padres Herlinda Castro, José Suárez, Mis Hermanos Wilfredo Suárez, Henry Suárez al Ingeniero Edwin Prieto, Ingeniero Edwin Morales, Ingeniero Luis Alfonso Gordillo.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	16
3. JUSTIFICACIÓN.....	17
4 MARCO REFERENCIAL	18
4.1. MARCO HISTORICO.....	18
4.1.1. Referentes Internacionales.....	18
4.1.2. Referentes Nacionales	20
4.2. MARCO TEORICO	21
4.2.1. Organización de un Evento	21
4.2.2. La Tecnología en la Organización de Eventos	24
4.2.3. Plan de Mejora Continua	26
4.3. MARCO CONCEPTUAL	28
4.4. MARCO LEGAL.....	30
4.4.1. Leyes	30
4.4.2. Decretos.....	30
4.4.3. Resoluciones.....	31
5. TIPO DE INVESTICACIÓN	32
6. DISEÑO METODOLÓGICO	33
6.1. PROCEDIMIENTO PARA EL ANALISIS DEL MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.....	33
7. FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN	34
7.1. FUENTES PRIMARIAS	34
7.2. FUENTES SECUNDARIAS.	34
8. RECURSOS.....	35

8.1.	RECURSO HUMANO	35
8.2.	RECURSOS FINANCIEROS:	35
9.	CRONOGRAMA.....	36
10.	PROVEEDORES EN CAMPUS PARTY COLOMBIA.	37
10.1.	ANALISIS DE PROVEEDORES:	37
10.1.1.	Causas De Las Demoras De Manejo Con Proveedores:.....	37
10.1.2.	Matriz DOFA De Proveedores	38
11.	ASIGNACIÓN Y EJECUCIÓN PRESUPUESTAL EN CAMPUS PARTY	39
11.1.	ANALISIS PRESUPUESTO.....	39
11.1.1.	Falencias En La Asignación y Ejecución Presupuestal Del Área De Producción	40
11.1.2.	Matriz DOFA Presupuestos	40
12.	LOGISTICA DE TRASLADO Y ALOJAMIENTO DE VIAJES ORGANIZACIÓN .	42
12.1.	ANALISIS VIAJES ORGANIZACIÓN	42
12.1.1.	Falencias en procedimientos de Viajes Organización	42
12.1.2.	Matriz DOFA Viajes Organización	42
13.	PLAN DE MEJORAMIENTO	43
13.1.	PLAN DE MEJORAMIENTO CON PROVEEDORES.....	43
13.1.1.	Propuesta Para El Mejoramiento Del Manejo Con Proveedores	44
13.2.	PLAN DE MEJORA EN MANEJO DE PRESUPUESTOS DE PRODUCCIÓN	47
13.2.1.	Propuesta de Mejoramiento en Manejo de Presupuestos	48
13.2.1.1.	Indicadores de Gestión de Producción.....	49
13.2.1.2.	Canal Logístico En Campus Party	50
13.2.1.3.	Se indica Sistema de Gestión.....	52
13.3.	PLAN DE MEJORA VIAJES ORGANIZACIÓN	52
13.3.1.	Propuesta de Mejoramiento en Manejo de Presupuestos	53
13.3.1.1	DIAGRAMA DE FLUJO DE VIAJES ORGANIZACIÓN	53
13.3.1.2.	PLANILLA DE CONSOLIDACIÓN DE VIAJES ORGANIZACIÓN	54
14.	PRODUCCIÓN GENERAL.....	55
14.1.	INDICADORES DE GESTIÓN DE PERSONAL TEMPORAL Y FIJO DE CAMPUS PARTY	56

14.1.1.	Indicadores De Gestión de Recurso Humano	58
14.1.1.1.	Factores Que Influyen En El Compromiso Y La Lealtad de los Empleados	60
14.2.	INDICADORES DE GESTIÓN DE INGRESOS DE CAMPUS PARTY.....	61
14.2.1.	Indicador De Gestión Comercial.....	62
14.3.	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN CAMPUS PARTY.....	63
15.	CONCLUSIONES	64
16.	RECOMENDACIONES	65
17.	WEBGRAFÍA	66

LISTA DE IMÁGENES

IMAGEN 1 MODELO DE MEJORA CONTINUA.....	26
IMAGEN 2 ZONA DE LA ARENA CAMPUS PARTY.....	29
IMAGEN 3 PARTIDAS PRESUPUESTARIAS EN DOT PROJECT.....	41
IMAGEN 4 PLAN DE MEJORA CON PROVEEDORES.....	43
IMAGEN 5 FORMATO REGISTRO DE PROVEEDORES	45
IMAGEN 6 FORMATO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO.....	46
IMAGEN 7 PLAN DE MEJORA EN PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	47
IMAGEN 8 PLAN DE MEJORA EN PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	52
IMAGEN 9 TABLA PARA MANEJO DE INFORMACIÓN DE VIAJES.....	54
IMAGEN 10 PRODUCCIÓN GENERAL.....	55

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 PRESUPUESTOS DE GASTOS CAMPUS PARTY EN PESOS COLOMBIANOS	48
TABLA 2 ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL FIJO	56
TABLA 3 TABLA DE SOLICITUD DE PERSONAL TEMPORAL.....	56
TABLA 4ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL TEMPORAL	57
TABLA 5 PRESUPUESTO DE VENTAS CAMPUS PARTY EN PESOS COLOMBIANOS	61
TABLA 6 ÍNDICE DE PRODUCTIVIDAD	57

LISTA DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1 PRESUPUESTOS DE GASTOS CAMPUS PARTY COLOMBIA.....	49
GRÁFICA 2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN CAMPUS PARTY	50
GRÁFICA 3 SOLICITUD DE NÚMERO DE PERSONAL TEMPORAL POR AÑO.....	56
GRÁFICA 4 NÚMERO DE PERSONAL DE PLANTA POR AÑO.....	59
GRÁFICA 5 GRAFICA ÍNDICE DE ROTACIÓN POR AÑO DE PERSONAL DE PLANTA	59
GRÁFICA 6 GRAFICA ÍNDICE DE ROTACIÓN POR AÑO DE PERSONAL TEMPORAL	60
GRÁFICA 7 PRESUPUESTO DE VENTAS CAMPUS PARTY EN PESOS COLOMBIANOS.....	62

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Manual de Procesos y Procedimientos de Producción

Anexo 2. Instrucciones Registro Proveedores

Anexo 3. Formato Registro de Proveedores

Anexo 4. Formato Evaluación de Compra

Anexo 5. Diagrama de Flujo Viajes Organización

Anexo 6. Formato Reservas Viajes Organización

Anexo 7. Plan de Mejoramiento con Proveedores

Anexo 8. Plan de Mejora Presupuesto de Producción

Anexo 9. Plan de Mejora Viajes Organización

Anexo 10. Plan de Mejora Producción General

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo tiene como objetivo identificar las falencias en la organización del evento Campus Party en Colombia, Un Evento de contenidos digitales que se realiza una vez al año en época de vacaciones de los estudiantes durante 7 días a la semana, este evento es difícil de ser comparado y uno de los pioneros en el mundo que contiene un montaje de gran magnitud, el cual se conocerá un poco en el contenido de este proyecto haciendo énfasis en el presupuesto, Manejo de Proveedores y Viajes de la Organización.

Futura Networks de Colombia es la empresa organizadora de este grandioso evento Campus Party, lo hace pensando en hacer partícipe a las personas para que tengan un momento de ocio durante 7 días donde van a interactuar con las mejores tecnologías en temáticas como Software Libre, Seguridad y Redes, Robótica, Astronomía, Modding y Hardware, Social Media, Juegos y Emprendimiento.

En el mundo actual para nadie es un secreto el tema de las TIC`S que se ha venido desarrollando con gran velocidad, por ende el interés de las entidades públicas y privadas en dar a conocer este nuevo mundo de las tecnologías de la innovación, la era de lo moderno, fácil y de ahorro de tiempo.

En el desarrollo de este proyecto se evidencia la problemática que presenta actualmente el desarrollo del evento Campus Party en Colombia en algunas de sus áreas, los objetivos a los que se quiere llegar; Se conocerá algo de la historia del mundo de los contenidos digitales, claros ejemplos de talla internacional y nacional, algunos conceptos básicos que permitirán el fácil entendimiento, también se conocerá algunas leyes y decretos que se rigen a partir de la ejecución de proyectos de tan grande magnitud que se deben tener en cuenta para la legalidad y precauciones en el momento del evento.

Se hace un análisis con la Matriz DOFA del área de producción, presupuesto y viajes de la organización para identificar las falencias que están generando inconsistencias en los procesos.

Se realiza un flujo grama para el área de viajes organización el cual no tienen nada documentado para que sirva como guía al personal temporal que retoma cada año el tema de la coordinación de los viajes de todo el personal que asiste al evento y que forma parte de la organización del mismo.

Se ha tenido en cuenta el desarrollo de indicadores de gestión para el área de producción, el área Comercial y recursos humanos en donde se observa desde otro punto de vista más medible según los objetivos propuestos de la compañía los resultados más medibles y su análisis.

Se identifica el tipo de canal logístico al que pertenece el evento Campus Party, sus principales Proveedores, Realizadores y Clientes, así como el desarrollo de innovación tecnológica en el que permanentemente se encuentra.

Al finalizar se dan las conclusiones y recomendaciones del proyecto según el desarrollo de la investigación para que se mantenga en un plan de mejoramiento bajo circunstancias medibles.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Futura Networks de Colombia S.A.S es la empresa organizadora del mayor evento de contenidos digitales y de tecnología en el mundo, es un empresa cuyas actividades no son rutinarias si no que presenta movimientos cíclicos y estacionales, en donde sus falencias se identifican en su pico de operación, en este caso verificando específicamente el Departamento de Producción quien es el encargado de planear, organizar y dar cumplimiento a todos los requerimientos que demande el montaje del evento; siendo este departamento el de mayor contacto con los proveedores se encuentra que:

Los procesos se atrasan por movimientos administrativos que debe realizar el departamento, como el recaudo de documentación para el registro de proveedores, la negociación de pagos con proveedores inicial (Anticipos) presenta falencias en los cuerdos establecidos ya que no se cumplen en las fechas estipuladas por tanto el proveedor no presta su servicios hasta tanto se dé cumplimiento a lo pactado generando demora en los procesos de ejecución.

Se observa que para la logística de traslado y alojamiento de personal tanto del staff como de los magistrales asistentes al evento Campus Party no cualquier persona conoce el funcionamiento de este y la persona encargada es temporal, únicamente se contrata para la ejecución del evento con un mes de anterioridad.

La Asignación de presupuesto actualmente en su fase inicial se realiza en forma separada de Gerencia con el Departamento de Producción de acuerdo a sus requerimientos solicitados para el montaje del evento Campus Party, este es definido por el Gerente General y el Director Financiero ocasionando falencias en la distribución de las partidas presupuestarias teniendo que reasignar más adelante presupuesto o la reubicación del mismo, por tanto no hay un control directo en el manejo del presupuesto inicial del área.

Para el control del presupuesto se tiene como herramienta un software denominado "DOT PROJECT"¹ en donde se registran todas las compras correspondientes al área dependiendo las partidas presupuestarias asignadas. Inicialmente se registra una

¹ Sistema de Gestión de Proyectos usado por Futura Networks de Colombia para el control de presupuestos de sus proyectos / tools.admin.futuranetworks.com.

previsión de los gastos luego teniendo que actualizar la información a la compra real y la agenda de pagos tantas veces sea necesaria en la negociación con los proveedores.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Considerando las falencias que actualmente presenta el Departamento de Producción y la prioridad que se debe dar en todos los eventos, se genera la siguiente pregunta:

¿De qué manera se podría establecer un plan de mejora en la organización administrativa del Departamento de Producción para la Empresa Futura Networks de Colombia S.A.S. en su evento Campus Party para que pueda ser más efectiva en sus tiempos de ejecución?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar un plan de mejora en el Departamento de Producción de la Empresa Futura Networks de Colombia S.A.S para su evento Campus Party en Colombia en el manejo de Presupuestos, Proveedores y Logística de Transporte, Alojamientos del personal organizador y Magistrales que permita ser más efectivo.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Verificar las causas de las demoras en el Departamento de Producción con el manejo de Proveedores.
2. Identificar las Falencias en la asignación y ejecución presupuestal y del Área de Producción.
3. Analizar los procedimientos para la logística de traslado y alojamiento de personal al evento Campus Party en Colombia.
4. Proponer un plan de mejora al departamento de producción que le permita disminuir las demoras que se están ocasionando y los trámites administrativos con los proveedores.

3. JUSTIFICACIÓN

Campus Party es un proyecto muy ambicioso que permite que las personas de todas las edades interactúen con la tecnología y aprendan por medio de sus contenidos digitales en los diferentes escenarios en donde se presentan magistrales, lo más reconocidos tanto a nivel nacional como internacional en el ámbito tecnológico, de innovación, de emprendimiento y muchas ramas más, para que esto se haga posible hay todo un equipo que está pendiente de todos los detalles para que este se efectúe sin novedad y se pueda ver como toda una experiencia única para todos los participantes, clientes y patrocinadores.

El mayor impacto del evento es la producción del mismo ya que es de gran magnitud y de características específicas por tanto demanda un gran presupuesto, así como del manejo de una amplia lista de proveedores y de traslados de personal para su ejecución, he aquí donde se pretende proponer un plan de mejoramiento para el departamento de producción de la empresa Futura Networks de Colombia S.A.S para su evento Campus Party con el propósito de llevar un mayor control al presupuesto del área, un mejor traslado de personal staff y magistrales asistentes al evento Campus Party y como darle un mayor cumplimiento de las políticas establecidas para el manejo de proveedores con el fin de optimizar los procesos.

Por las razones anteriores se decidió desarrollar un proyecto que permita identificar las necesidades de mejora de los procedimientos del Departamento de Producción para que sean más efectivos los procesos y se reduzcan los tiempos de ejecución.

4 MARCO REFERENCIAL

4.1. MARCO HISTORICO

4.1.1. Referentes Internacionales

Game Developers Conference (GDC): es la mayor, y de más larga duración sólo para los profesionales de eventos del mundo de la industria del juego en San Francisco.

El GDC atrae a más de 23.000 asistentes, y es el foro principal donde los programadores, artistas, productores, diseñadores de juegos, profesionales del audio, las empresas responsables de las decisiones y otros involucrados en el desarrollo de juegos interactivos se reúnen para intercambiar ideas y dar forma al futuro de la industria. El GDC es producido por la “UBM Tech Network Game”². Este mercado definiendo funciones de conferencia de más de 400 conferencias, paneles, tutoriales y mesas redondas sobre una selección amplia de temas de desarrollo de juegos impartidos por expertos líderes en la industria. Además, el GDC Expo presenta todas las herramientas más importantes de desarrollo de juegos, plataformas y servicios que ayudan a impulsar la industria hacia adelante. La conferencia también cuenta con la decimocuarta anual del Festival Independiente de Juegos, el festival de mayor duración y más grande en relación a los juegos independientes de todo el mundo, donde los juegos originales compiten por la atención de la comunidad de editores, y la duodécima anual “Game Developers Choice Awards”³, los galardones principales de pares reconocimiento en la industria de los juegos digitales.

Historia de la GDC

Developers Conference el juego ha crecido de una reunión informal de unos 25 desarrolladores en el salón de un diseñador de juegos notable hace 27 años, a una

² Tech Game Network UBM ofrece un contenido que definen el mercado y lleva a la comunidad a través de su galardonada línea de productos y servicios en línea y eventos. Permitimos el acceso global a los creadores de videojuegos más experimentados y compradores influyentes en la industria del juego.

³ Game Developers Choice Awards son los premios del primero ministro para el reconocimiento entre pares en la industria de los juegos digitales. Cada año, los Premios Choice reconocen y celebran la creatividad, el arte y el genio de la técnica de los mejores desarrolladores y juegos creados en el último año.

conferencia de una semana por más de 23.000 miembros de la industria. En 2011, GDC conmemora la 25^a edición de la conferencia, que sirve como un testimonio de cuán lejos ha llegado la industria. Inicialmente, el GDC se centró en los juegos de ordenador, pero la industria se ha diversificado hasta el punto de que incluye cualquier número de plataformas, como las consolas de juegos dedicados, dispositivos portátiles, dispositivos móviles, teléfonos inteligentes y tabletas, en línea, y de equipos de golf. De año en año, el GDC continúa definiendo las innovaciones del mercado y la visión futura, proporcionando información sobre el futuro de los videojuegos. **El Consejo Asesor GDC** pasión es la esencia de la Junta Consultiva de GDC. Estos profesionales de la industria con experiencia ofrecen su tiempo cada año para ayudar a construir las sesiones de la conferencia GDC 400+. Ellos trabajan para garantizar que la calidad de los contenidos ofrecidos a los asistentes es de alto nivel, relevante y oportuna. Su dedicación es fundamental para el éxito de la conferencia. Lea acerca de los miembros extraordinarios de la **Junta Asesora de GDC**.

Mobile World Capital Barcelona: “Más de 72.000 asistentes de 200 países fueron invitados a una gran cantidad de aprendizaje y la creación de redes de oportunidades; vitrinas de productos y anuncios, la inspiración y la innovación, entre ellos:

Conferencia

Una emocionante grupo de oradores inspiradores de los operadores móviles, las marcas de consumo, organizaciones e industrias tocado por el mercado de telefonía móvil, incluyendo la publicidad, la salud, el entretenimiento y la educación presentado en más de 40 sesiones de la conferencia en el MWC.

Mobile es un catalizador del cambio y la innovación. Mobile está creando el siguiente dispositivo conectado que transforma la comunicación. Avanzar al siguiente sistema de pago que altera el comercio. Lanzamiento de la próxima hay que tener aplicación que cambia la forma en que interactúan.

Mobile World Congress es el modelo para la siguiente gran innovación. Lo que se viene siguiente es probable que se nace en el Mobile World Congress 2014 - ya sea anunciado en el escenario durante el programa de la Conferencia, presentó en nuestra exposición premiada, o concebido durante una de las miles de reuniones que tienen lugar durante la semana.

Si usted es una parte de la industria móvil, que no se querrá perder. Únase a nosotros en Barcelona, donde estamos **creando lo que se viene**.

Sobre el Evento

Dependiendo del tipo de tarjeta seleccionado, los asistentes podrán disfrutar de los muchos componentes que conforman este evento líder en la industria:

- Un pensamiento de liderazgo de clase mundial de conferencias con discursos visionarios y paneles de discusión
- Una vanguardia de productos y tecnología de exposiciones con 1.700 expositores
- Mejor lugar del mundo para la búsqueda de oportunidades de la industria, haciendo ofertas y Redes
- App Planet, el Centro del Universo Mobile Apps, donde la comunidad se reúne aplicación móvil para aprender, la red y colaborar con los innovadores
- Industrias Mpowered, un nuevo programa de exposiciones y conferencias para los de la salud, la publicidad, los medios y las verticales de viaje
- Y el Global Mobile Awards de programa, en el que reconocemos los avances y logros en la industria”⁴

4.1.2. Referentes Nacionales

Campus Party: “está reconocido como el mayor evento de tecnología, innovación, creatividad, ocio y cultura digital en red del mundo. Desde 1997 (Málaga, España) reúne anualmente a miles de participantes, denominados camperos, con sus computadores para que compartan sus inquietudes, intercambien experiencias y realicen todo tipo de actividades relacionadas con la informática, las comunicaciones y las nuevas tecnologías.

Futura Networks S.L. Empresa Española con marca registrada del Evento Campus Party nace para llevar su evento a todas partes del mundo.

Históricamente, **Campus Party** ha contado con un gran poder de convocatoria de público, una participación incondicional de instituciones públicas y privadas, además de una extraordinaria repercusión en los medios de comunicación que año tras año avalan con su presencia el interés que despierta en la sociedad. No es para menos: los contenidos evolucionan constantemente, abarcando disciplinas tan diversas como la creatividad digital, la robótica, el desarrollo de software, el modding o los videojuegos.

Los talleres, charlas, conferencias y actividades programadas otorgan anualmente a cada versión de Campus Party una consistencia formativa y de contenidos que la convierten en una cita referencial. Y, lo que es más importante, fortalecen el espíritu colaborativo y participativo que siempre ha caracterizado al evento, demostrando que el conocimiento crece cuando se comparte.

⁴ Mobile World Congress, 2013 Highlights, Recuperado de: <http://www.mobileworldcongress.com/2013-highlights/>

Después de 6 años, Campus Party ha ampliado sus fronteras llegando a 5 países y creando una comunidad de más de **178.920 campuseros** que forman una red de talento vinculado a la tecnología y el ocio digital”⁵.

“**Colombia 3.0:** Es la Gran Cumbre de Contenidos Digitales donde Latinoamérica conecta.

Colombia 3.0 es una iniciativa sin ánimo de lucro del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en donde entran en conexión los actores de la industria de los contenidos digitales de Latinoamérica y el mundo. El encuentro conecta a empresarios, academia e inversionistas durante tres días alrededor de los Contenidos Digitales, con el fin de apalancar la industria del sector, crear redes, participar en conferencias, talleres e intercambiar conocimientos relacionados con las industrias de videojuegos, desarrollo de aplicaciones móviles, desarrollo de software, animación digital, música y transmedia. Es un espacio que conecta múltiples experiencias y da como resultado una experiencia única.

En su tercera versión, Colombia 3.0 se traslada a la Zona T de Bogotá. El evento busca así conectar la magia del mundo digital con los espacios urbanos. De esta forma, los contenidos digitales y los actores del evento entrarán en conexión con restaurantes, bares y teatros, potenciándose mutuamente. Estos son algunos de los sitios donde se podrá disfrutar de lo que Latinoamérica y el mundo producen en contenidos digitales: Hotel GHL Hamilton, GHL Biouxury, Cinecolombia, Totto, Galería Zero, Casa de la Cerveza, 82T, Varadero, Mondrián, Hotel V, Crown Casino, entre otros”⁶.

4.2. MARCO TEORICO

4.2.1. Organización de un Evento

“**Evento:** Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención.

⁵ Campus Party TM, La Entrada al Mundo Digital, Recuperado de: <http://www.campus-party.com.co/2012/el-evento.html>

⁶ Colombia 3.0, Donde Latinoamérica Conecta, Recuperado de: <http://www.campus-party.com.co/2012/el-evento.html>

Aquella actividad que se desarrolla en un momento puntual en el tiempo, con un principio y un final previamente conocido, independientemente de que pueda poseer una periodicidad establecida.

Tipos de Eventos

1. Social (Instalación y protocolo matrimonios, nacimientos, cumpleaños, aniversarios)
2. Cultural (exposición, danza, teatro)
3. Académico (seminario, conferencia, científico)
4. Recreativo (festival, espectáculo)
5. Deportivo (prueba, campeonato, juegos). ”⁷

“Establecer Eventos

El primer paso para organizar un evento de empresa es determinar cuáles son los objetivos del evento, es decir, cuáles son las razones por las que se va a organizar el evento.

Algunos ejemplos de objetivos podrían ser el promocionar el lanzamiento de un nuevo producto, el promocionar la apertura de un nuevo local comercial, fortalecer la imagen institucional, motivar a los trabajadores, fomentar el trabajo en equipo, etc.

2. Determinar el tipo de evento

En base a los objetivos establecidos, se procede a determinar el tipo de evento que se realizará.

Existen diferentes tipos de eventos de empresa, existen del tipo promocional tales como exhibiciones o inauguraciones, del tipo académico tales como seminarios o conferencias, del tipo gastronómico tales como cocteles o almuerzos, del tipo deportivo tales como campeonatos o clases gratuitas, o del tipo recreacional tales como viajes o campamentos.

⁷ Galvis F, FedericoGlcisBlogs, Tipos de Eventos, Definición, importado de: <http://federicogalvis.wordpress.com/tipos-de-eventos-definiciones/>

3. Elaboración del plan de evento

Una vez determinado el tipo de evento que se realizará se procede a elaborar el plan del evento.

Es recomendable que el plan de evento se elabore con varios meses de anticipación aunque ello dependerá de la envergadura del evento.

En el plan de evento se debe especificar por escrito lo siguiente:

- *fecha y hora del evento*: se debe tener en cuenta la disponibilidad de los invitados, la cercanía con eventos de similar envergadura, entre otros aspectos.
- *lugar del evento*: se debe buscar un lugar con las condiciones apropiadas teniendo en cuenta el tipo de evento que se realizará y el concepto que se quiere de éste.
- *presupuesto*: cuál será la inversión total de la organización del evento.
- *cronograma de actividades previas al evento*: un cronograma con las actividades que se realizarán para la preparación del evento.
- *cronograma de actividades durante el evento*: un cronograma con las actividades que se realizarán el día del evento.

4. Preparación del evento

El siguiente paso consiste en hacer los preparativos del evento, basándose en el cronograma de actividades previas al evento que se había elaborado en el plan de evento.

Algunas actividades a realizar podrían incluir la contratación del personal necesario, la capacitación de los trabajadores que participarán en el evento, el alquiler de las instalaciones y equipos, el decorado de las instalaciones, el diseño y la distribución de las invitaciones, la promoción del evento, la búsqueda de auspiciadores, etc.

5. Desarrollo del evento

Un día antes de la fecha del evento se recomienda revisar los últimos detalles, lo cual podría incluir revisar las instalaciones y equipos, repasar los puestos y las tareas de los participantes, repasar la ubicación de los invitados, etc.

Y una vez llegada la fecha del evento se procede al desarrollo del mismo, basándose en el cronograma de actividades durante el evento que se había elaborado en el plan de evento.

Algunas actividades a realizar podrían incluir la bienvenida de los invitados, la presentación de los expositores, la coordinación con el equipo técnico, la supervisión del personal, el control de la seguridad, la distribución de los alimentos y bebidas, etc.

6. Evaluación del evento

Finalmente, una vez terminado el evento se procede a la evaluación del mismo.

En primer lugar se debe realizar un informe sobre los sucesos importantes acontecidos durante el evento, y luego, evaluar si se cumplieron con los objetivos propuestos, si los resultados fueron satisfactorios, si se creó una buena impresión en los invitados o asistentes, si el presupuesto fue sustentado, etc.”⁸

4.2.2. La Tecnología en la Organización de Eventos

“El internet proporciona a la comunicación del producto, comunicación interna y comunicación corporativa, una mayor eficiencia. Brinda a los públicos de una determinada organización: una comunicación directa e interactiva, globalidad, universalidad, transparencia informativa, y un diálogo dinámico y permanente.

Pero, para que esta eficiencia sea posible, es necesario mantener los contenidos permanentemente actualizados, realizar acciones para captar la atención del cliente logrando que visite nuestra web; así como aportar un valor añadido de interés para nuestros públicos.

Es así que por medio del Internet, hoy en día, contamos con una herramienta poderosa como es la campaña de e-mail marketing, por cuyo uso mantenemos informados a nuestros públicos y nos informamos de ellos y sus inquietudes. Aunque es evidente que como se ha observado en algunos estudios, la comunicación continúa siendo unidireccional en el uso de las websites.

Un punto de singular relevancia es el denominado Programa de relaciones informativas con los medios, donde los profesionales en medios son el segundo público a captar mediante los nuevos medios que el internet nos proporciona.

⁸ Agencia BTL y Eventos, Como Organizar un Evento de Empresa, CN Crece Negocios.Com, importado de: <http://www.crecenegocios.com/como-organizar-un-evento-de-empresa/>

Utilizar un nuevo enfoque al dirigirnos a nuestro mercado aprovechando las nuevas formas de interacción entre las organizaciones y sus públicos, es necesario; las nuevas posibilidades son diversas. Muchas de éstas utilizadas de forma muy reducida por la mayoría de las empresas. De todas las existentes, he utilizado apenas tres: el correo masivo, la página web y el blog.

Una página web corporativa debería de estar integrada en los planes globales de toda organización, pero es notorio según investigaciones que la mayoría la usa solo para alcanzar contenidos sintéticos con una interacción limitada de parte del usuario. Desde hace años, internet es una herramienta imprescindible para mejorar la competitividad, mas es obvio que no se consigue solamente con el desarrollo de un sitio web y algo más. La experiencia me enseñó además que se requiere todo un equipo de trabajo para concatenar los recursos que el internet brinda.

El desarrollo del sitio web debe ser la consecuencia de un profundo análisis de factores internos y externos como pueden ser: la empresa, la competencia, los clientes y los proveedores.

Considero que la planificación estratégica para la implementación de las herramientas tecnológicas, es importante, lo que hace necesario precisar: definición del alcance, objetivos, plazos y recursos asignados al proyecto; formación a nivel directivo de las nuevas tecnologías y sus posibilidades; definición del equipo que va a desarrollar el proyecto; revisión del plan estratégico y su despliegue para integrar en la figura de Internet y las nuevas tecnologías dentro del mismo; desarrollo del plan tecnológico partiendo de las necesidades para el proyecto; diseño del sitio web o portal y tecnologías asociadas; desarrollo del plan de comunicación en internet.

Una buena estrategia de presencia en la red internet requiere: aceptación por la organización, con inversión accesible, que pueda integrarse con la visión de la organización a medio y largo plazo, y ser visionaria. Es claro, que si nuestros superiores no están convencidos de emplear tales tecnologías no nos brindarán los recursos para realizarlo.

La importancia del internet es evidente, además de facilitar la pronta y económica comunicación con nuestros diferentes grupos de interés, permiten que la organización de los eventos se realice con una total dinamicidad. Quien esté a cargo de la organización de eventos deberá cuidar de realizar la difusión pertinente a través de este medio que se ha convertido en el más popular entre adultos, jóvenes y adolescentes⁹.

⁹ Comunicación y Medios, La Tecnología en la Organización de Eventos, 12 Febrero 2010, Recuperado de: <http://comunicaciones.blogspot.com/2010/02/la-tecnologia-en-la-organizacion-de.html>

4.2.3. Plan de Mejora Continua

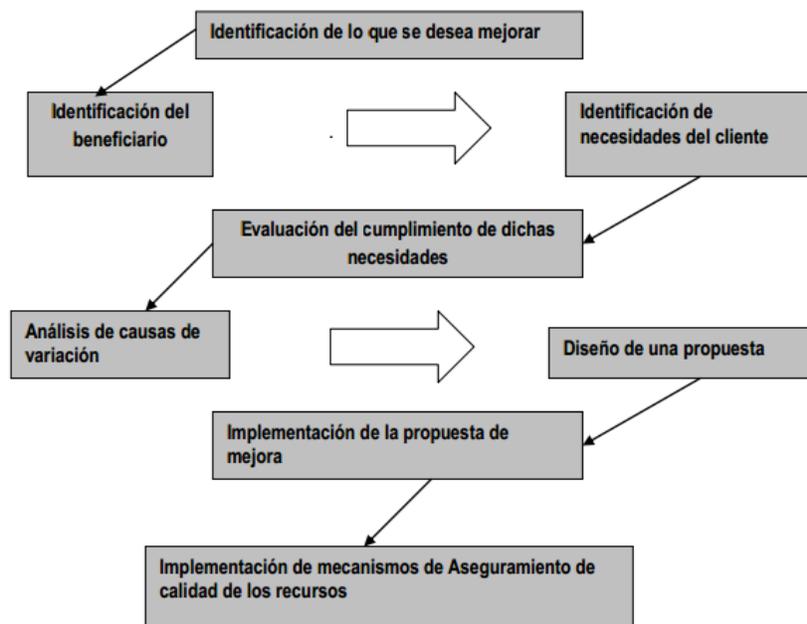
“LA MEJORA CONTINUA

El concepto de mejora continua se refiere al hecho de que nada puede considerarse como algo terminado o mejorado en forma definitiva. Estamos siempre en un proceso de cambio, de desarrollo y con posibilidades de mejorar. La vida no es algo estático, sino más bien un proceso dinámico en constante evolución, como parte de la naturaleza del universo. Y este criterio se aplica tanto a las personas, como a las organizaciones y sus actividades.

El esfuerzo de mejora continua, es un ciclo interrumpido, a través del cual identificamos un área de mejora, planeamos cómo realizarla, la implementamos, verificamos los resultados y actuamos de acuerdo con ellos, ya sea para corregir desviaciones o para proponer otra meta más retadora.

Este ciclo permite la renovación, el desarrollo, el progreso y la posibilidad de responder a las necesidades cambiantes de nuestro entorno, para dar un mejor servicio o producto a nuestros clientes o usuarios.

IMAGEN 1 Modelo de Mejora Continua



Fuente: http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/la_mejora_continua.pdf

Fase: Identificación de lo que se desea mejorar

¿Qué se hace? Se elige una problemática de que se desea resolver, tomando en cuenta: la importancia del problema, el número de beneficiados, el grado de insatisfacción de los usuarios y el impacto social y económico de la mejora.

Herramientas que se utilizan: Lluvia de ideas, hojas de verificación, entrevistas, reportes estadísticos

Fase: Identificación de los beneficiarios

¿Qué se hace? Se establece con claridad quienes serán los clientes y/o los beneficiarios del plan de mejora

Fase: Identificación de las principales necesidades o expectativas de los clientes o usuarios

¿Qué se hace? Se determinan de manera precisa lo que los clientes esperan de los servicios o productos que genera la empresa.

Herramientas que se utilizan: Se pueden utilizar entrevistas (individuales o colectivas), encuestas (cerradas o abiertas), grupos de enfoque o buzones de sugerencias.

Fase: Evaluación del cumplimiento de dichas necesidades

¿Qué se hace? Se realiza una comparación entre las expectativas del cliente y el tipo de servicio que se esta ofreciendo

Herramientas que se utilizan: Los mismos que la identificar las necesidades, se pueden utilizar entrevistas (individuales o colectivas), encuestas (cerradas o abiertas), grupos de enfoque o buzones de sugerencias.

Fase: Análisis de las causas de desviación

¿Qué se hace? Se identifican los factores que pueden estar generando el problema

Herramientas que se utilizan: Tormenta de ideas, diagramas de causa efecto, histogramas, diagrama de pareto, diagrama de flujo, estratificación, Análisis del proceso del cliente, lista de verificación, diagnóstico del proceso.

Fase: Diseño de la propuesta de mejora

¿Qué se hace? Se establecen las acciones a desarrollar para mejorar la situación actual

Herramientas que se utilizan: Investigación referencial (determinar la forma en que se han resuelto problemas similares al nuestro), plan de mejora, rediseño de procesos, análisis de problemas en potencia.”¹⁰

4.3. MARCO CONCEPTUAL

APP: “Las apps o aplicaciones son programas informáticos que pueden descargarse e instalarse en teléfonos inteligentes y que permiten a los usuarios ejecutar diversas tareas.

Las aplicaciones por lo general vienen en formatos listos para usar y pueden emplearse para muchas cosas como **cargar fotos, crear calendarios, preparar listas o incluso consultar el pronóstico del tiempo**. Los app permiten a los usuarios añadir citas a los calendarios, buscar libros o simplemente mantener una lista básica de actividades por hacer”¹¹.

Campus Party: Es un Evento de Contenidos Digitales que se basa en la (innovación, creatividad, ciencia y entretenimiento digital), en este evento se reúnen más de 4000 Campuseros durante una semana donde cuentan con estadía en carpa, si lo desean, para participar en los foros que presenta la agenda de toda la semana.

Campusero: Participante activo inscrito al evento Campus Party.

Magistrales: Conferencistas Internacionales de talle público con aportes importantes a nivel tecnológico, emprendimiento, referentes a las temáticas del evento, Ej. Jhon Maddog Cofundador de Linux.

Proveedor: Hace referencia a “Cada una de las empresas exteriores o personas que abastecen a otra, en materias primas, materiales de consumo, servicios.”¹²

Que es un Evento: “Un evento es ante todo una herramienta de gestión táctica del área Marketing y de Relaciones Públicas de una empresa o institución. Es decir importa beneficios tanto sea para la prosecución de los objetivos comerciales como para los comunicacionales e institucionales. Asimismo, por la naturaleza de los temas con lo que trabaja -imagen, vinculación con los públicos, negocios- , posee claras

¹⁰ Aguilar J. La Mejora Continua, Network de Psicología Organizacional, Recuperado de : http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/la_mejora_continua.pdf

¹¹ Telesur, ¿Que es una App?, 16 de Mayo de 2011, Páginas Amarillas Cantv, Recuperado de: http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=8145:i-que-es-una-app&catid=68:telecomunicaciones&Itemid=91

¹² Proveedor, The Free Dictionary, Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L., Recuperado de : <http://es.thefreedictionary.com/proveedor>

connotaciones estratégicas, de forma tal que un evento reporta una serie acciones que impactan en las metas organizacionales de corto, mediano plazo y largo plazo.”¹³

Tecnología: “es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas. Es una palabra de origen griego, formada por *téchnē* (*arte, técnica u oficio*, que puede ser traducido como *destreza*) y *logía* (el estudio de algo).

Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas. Cuando se lo escribe con mayúscula, Tecnología, puede referirse tanto a la disciplina teórica que estudia los saberes comunes a todas las tecnologías como a educación tecnológica, la disciplina escolar abocada a la familiarización con las tecnologías más importantes”¹⁴.

Zona de la Arena: Espacio de ejecución del evento donde se desarrolla toda la programación de los contenidos.

IMAGEN 2 Zona de la Arena Campus Partty



Fuente: <http://identidadgeek.com/identidadgeek-en-la-campus-party-mexico/2010/08/>

¹³ Di Genova A. (4 de Agosto de 2013), Organización Integral de Eventos, Red RRPP, Recuperado de: <http://www.redrrpp.com.ar/portal/modules.php?name=News&file=article&sid=1239>

¹⁴ IT Ahora, Definición de Tecnología, La Revista del Comprador Tecnológico, 03 de Octubre de 2013, Recuperado de: <http://www.itahora.com/internet/que-es-tecnologia-definicion-de-tecnologia>

4.4. MARCO LEGAL

4.4.1. Leyes

Ley No. 7440 de 11 de octubre de 1994

Ley General De Espectáculos Públicos, Materiales Audiovisuales E Impresos

Nombre de la norma: Ley general de espectáculos públicos, materiales audiovisuales e impresos

Esta Ley rige la actividad que el Estado debe ejercer para proteger a la sociedad, particularmente a los menores de edad y a la familia, en cuanto al acceso a los espectáculos públicos y a los materiales audiovisuales e impresos; así mismo, regula la difusión y comercialización de esos materiales.

Ley 181 de 1995

Disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el Sistema Nacional de Deporte. **ART. 23** Las empresas con más de 50 trabajadores programarán eventos deportivos, de recreación, culturales y de capacitación directamente, a través de las cajas de compensación familiar o mediante convenio con entidades especializadas.

4.4.2. Decretos

Decreto 321 de 2004

ARTICULO 1. Autorización para la realización de espectáculos públicos, y concursos; registro de juegos de habilidad y destreza, y emisión de conceptos previos para la operación de juegos localizados de suerte y azar. Asígnese a la Secretaría de Gobierno la función de decidir sobre las solicitudes para la realización de espectáculos públicos, los concursos, juegos de habilidad y destreza, y juegos localizados de suerte y azar que se pretendan realizar en Bogotá, D.C., de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 350 de 2003 y demás normas concordantes. Expresión subrayada derogada por el art. **36**, Decreto Distrital 192 de 2011.

4.4.3. Resoluciones

Resolución 2400 de 1979

Conocida como Estatuto General de Seguridad, establece algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo, en la que se enmarcan: campo de aplicación, obligaciones de los patronos, obligaciones de los trabajadores, inmuebles destinados a los establecimientos de trabajo (edificios y locales, servicios de higiene, higiene en los lugares de trabajo orden y limpieza, evacuación de residuos o desechos, campamentos de los trabajadores), y las normas generales sobre riesgos físicos, químicos y biológicos en los establecimientos de trabajo.

Resolución 08321 de Agosto 4 de 1983

Normas sobre protección y conservación de la audición, de la salud y bienestar de las personas.

Resolución 132 de enero de 1984

Normas sobre presentación de informe de accidente de trabajo.

Resolución 13824 de octubre de 1989

Medidas de protección de salud.

Resolución 001792 de 3 de mayo de 1990

Valores límites permisibles para la exposición ocupacional al ruido.

5. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación con la cual se desarrolla este proyecto es de tipo documental y aplicada, Se Analiza la información escrita de los procesos del Departamento de Producción con proveedores, Logística de Viajes y Alojamientos así como del presupuesto y se es tomada en cuenta las observaciones de los empleados del área para llegar al objetivo.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. PROCEDIMIENTO PARA EL ANALISIS DEL MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

- Se Solicita el Manual de procesos y procedimientos del Departamento de Producción.
- Se verifica los temas de interés apartes de presupuestos, proveedores, logística de viajes y alojamientos descritos en el manual de procesos y procedimientos del departamento de producción.
- Se hace Análisis si se está cumpliendo lo descrito por el manual de procesos y procedimientos del departamento de producción.
- Se Identifican dónde están las demoras en el Departamento de Producción con el manejo de Proveedores según la información contenida en el Manual de Proceso y Procedimientos.
- Se Identifican las Falencias en el Manejo de los presupuestos del Área de Producción que hace que se modifique constantemente.
- Se establece cuál sería la mejor opción para la logística de traslado y alojamiento de personal al evento Campus Party en Colombia.
- Se Propone un plan de mejora al departamento de producción que le permita disminuir las demoras que se están ocasionando y los trámites administrativos con los proveedores a través de la tecnología digital.

7. FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

7.1. FUENTES PRIMARIAS

- La información es suministrada directamente del Manual de Procesos y Procedimientos del Departamento de Producción.
- Los empleados de la Organización, Gerente de Producción, Asistente y toda persona que tiene contacto con el Departamento de Producción en cuanto a Proveedores, Presupuestos, Logística de Viajes y Transporte.

7.2. FUENTES SECUNDARIAS.

- Como apoyo al proyecto son consultadas fuentes como Libros, revistas, internet y otro tipo de medios de información.

8. RECURSOS

8.1. RECURSO HUMANO

Se requiere de una persona idónea encargada de verificar que la aplicación funcione de acuerdo a las necesidades y funcionalidades requeridas, no es necesario que se encuentre tiempo completo a su verificación, esto lo puede llevar a cabo el Departamento de Tecnología.

8.2. RECURSOS FINANCIEROS:

Transportes: \$350.000

Copias: \$ 5.000

Impresiones: \$ 120.000

Alimentación: \$ 250.000

9. CRONOGRAMA

<h1>CRONOGRAMA</h1>						
DESCRIPCIÓN	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Introducción General de lo que consiste la Empresa y Campus Party						
Conocimiento de los Procesos de Producción con proveedores, presupuesto y logística de viajes y alojamientos						
Identificación de falencias						
Propuesta de mejoras						

10. PROVEEDORES EN CAMPUS PARTY COLOMBIA.

10.1. ANALISIS DE PROVEEDORES:

De acuerdo al manual de procesos y procedimientos de producción encontramos que para el manejo de Proveedores:

Aparte Proveedores

“Se Contrata una asistente de producción: se encarga de llevar un control de todos los servicios que se contrataron, solicita a todos los proveedores los documentos necesarios para que se realice su pago.

Los documentos se manejan en una base de datos, se hace un consolidado con consecutivos y se pasa a administración. (Contratos, pólizas de cumplimiento, registros de proveedor, RUT, Cámara de Comercio, etc.)

Cerrar contratos, cierre del flujo de caja con los gastos actualizados y reportarlos al sistema Financiero”¹⁵.

10.1.1. Causas De Las Demoras De Manejo Con Proveedores:

- ✓ Se contrata un Asistente de Producción temporal para que se haga cargo de la documentación con los proveedores sin embargo se deja de lado los procesos establecidos, no se da cumplimiento.
- ✓ Hay demoras del proveedor para la entrega de documentos para la legalización de contratos
- ✓ No se realizan cotizaciones previas para permitir a los proveedores competir, en precios, calidad, tiempos de entrega y modalidades de pago.
- ✓ Cuando esta información se pasa a la Administración se verifica que se encuentre completa sin embargo se generan retrasos en el cumplimiento de pago a proveedores debido a que es un tipo de empresa en el que los ingresos son cíclicos y los principales patrocinadores son entidades públicas en donde la mayoría de las veces no se cumple con los pagos establecido según lo indica el contrato generando que la selección del proveedor sea el de confianza que se conforma con este tipo de situación y no hay ningún tipo de documento al cual se puede remitir para mirar el estado de su factura.

¹⁵ Rendon S., Manual de Procesos y Procedimientos Producción V1, Campus Party Colombia, Pg 1-18.

10.1.2. Matriz DOFA De Proveedores

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Demoras en los pagos a proveedores por sus ingresos cíclicos y estacionales	Descuentos y mejores condiciones de pagos
Demoras en los procesos de registro de proveedores y contratación	Mejores Productos o servicios
Manejo de un solo proveedor	Varias opciones de proveedores
FORTALEZAS	AMENAZAS
Cumplimiento del Proveedor	Incremento en los precios
Los proveedores conocen las necesidades del evento	Incumplimiento de proveedores por pagos inoportunos
Buenos resultados finales	Demandas Comerciales

11. ASIGNACIÓN Y EJECUCIÓN PRESUPUESTAL EN CAMPUS PARTY

11.1. ANALISIS PRESUPUESTO

De acuerdo al Manual de procesos y procedimientos del Departamento de Producción se encuentra:

Aparte Presupuesto

“**ALCANCE:** Toda la logística que se proyecta por producción está basada en un presupuesto que se le entrega al comienzo de sus funciones, este presupuesto limita las inversiones de producción para la adquisición de los servicios que requiere, es por esto que todo lo realizado por esta área será sujeto a la disponibilidad económica que tenga la compañía organizadora del evento.

Dar a conocer presupuesto: El presupuesto se divide en diferentes ítems a los cuales se les asigna presupuesto, esta tarea la realiza Director Financiero y Gerencia de Campus.

Este presupuesto se puede modificar solo si es estrictamente necesario y si es aprobado por el personal a cargo, Director Financiero y Gerencia de Campus.

Producción debe dar el correcto manejo de este presupuesto logrando que las necesidades primordiales para el evento se cubran con el presupuesto asignado. Se trata de negociar con los proveedores para cumplir con las expectativas deseadas.

d) Realizar presupuesto: se realiza una caja de flujo donde se especifican los gastos que se generen y sus fechas de pagos, esto debe ser reportado a administración y al sistema financiero.

Se pasa a administración el flujo de caja, donde se establece como se va a dar uso a el presupuesto dado, los servicios que adquirió, los costos, las fechas de pago y sus compromisos con Futura Networks de Colombia y se reporta en el sistema Financiero de la empresa.

Se comienza dos a un mes antes y se actualiza cada vez que se cierra una negociación y los pagos se cuadran según el flujo de caja que maneja administración

Se aprueba toda la información por el Director Financiero y Gestión y el Director de Producción corporativo, (Organización España)¹⁶.

11.1.1. Falencias En La Asignación y Ejecución Presupuestal Del Área De Producción

- ✓ Es establecido por el Director Financiero y por el Director del Proyecto Campus Party, no es tenido en cuenta el Gerente de Producción, las cifras están basadas en una información histórica registrada en el Sistema de Gestión de la Compañía del año inmediatamente anterior el Cual es poco confiable porque la información no queda actualizada en su totalidad.
- ✓ No están realizando un estudio de mercado por lo anterior tienen problemas de distribución de los recursos en las diferentes partidas del presupuesto lo que genera que saquen de una partida la cual sobra presupuesto para subsanar con las que no alcanzaron a cubrir la necesidad.
- ✓ El Sistema de Gestión que se maneja para el presupuesto no es confiable porque no es actualizado en su totalidad, inicialmente se alimenta a base de supuesto (cotizaciones) y luego se debe actualizar la información con el valor finalmente del gasto pero muy frecuentemente no se actualiza lo cual al tomar esa información como base para realizar un presupuesto posterior no es confiable y se convierte en un reproceso generando demoras en el registro de la información.

11.1.2. Matriz DOFA Presupuestos

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
El sistema Dot Project es de gestión y no para manejo de presupuestos	Hacer control y auditoria para que la información que se registre sea real
Falta de sistemas integrados que enlacen los departamentos	Adquirir un sistema ERP Enterprise Resource Planning
Hay modificaciones en las partidas por mala planeación presupuestal	Hacer un estudio de mercados para registrar valores acordes al mercado por partida
FORTALEZAS	AMENAZAS
Cuentan con personal idóneo para hacer los estudios de mercado	Los datos no son confiables
Hay trabajo en Equipo	Aumento en el gasto de recursos
La persona encargada del área, administra eficientemente los recursos	Aumento en los Tiempos de procesos administrativos

¹⁶ Rendon S., Manual de Procesos y Procedimientos Producción V1, Campus Party Colombia, Pg 1-18.

IMAGEN 3 Partidas Presupuestarias en Dot Project

Partidas presupuestarias							Totales por proveedor	Totales por tipos de compra	Desglose de compras	Agenda	Cash Flow	Estado
Partidas Presupuestarias Selecciona un proyecto: 2012 CO PRO CP BOGOTA												
Presupuesto												
Moneda del proyecto: <input type="text" value="Peso Colombiano"/> <input type="button" value="cambiar"/> Ver Partidas de COMPRA Ver Partidas de VENTA												
Partidas de Compra												Descargar Excel
Código	Descripción	Presupuesto	Editar	Usado	Restante	% Usado	Estado	Agenda	Eliminar			
1	ASTRONOMIA	30.872.455 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	28.531.169 Peso Colombiano	2.341.286 Peso Colombiano	92.42%	✓	Agenda	Eliminar			
2	ROBOTICA	38.498.634 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	34.173.898 Peso Colombiano	4.324.736 Peso Colombiano	88.77%	✓	Agenda	Eliminar			
3	MODDING	25.443.339 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	24.651.001 Peso Colombiano	792.338 Peso Colombiano	96.89%	✓	Agenda	Eliminar			
4	SOCIAL MEDIA	29.922.587 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	29.792.957 Peso Colombiano	129.630 Peso Colombiano	99.57%	✓	Agenda	Eliminar			
5	ARTES DIGITALES, FOTO & VIDEO	27.463.714 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	26.860.252 Peso Colombiano	603.462 Peso Colombiano	97.80%	✓	Agenda	Eliminar			
7	DESARROLLADORES	23.883.165 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	22.341.360 Peso Colombiano	1.541.805 Peso Colombiano	93.54%	✓	Agenda	Eliminar			
8	SOFTWARE LIBRE	25.002.377 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	21.130.596 Peso Colombiano	3.871.781 Peso Colombiano	84.51%	✓	Agenda	Eliminar			
9	SEGURIDAD Y REDES	23.831.894 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	23.314.199 Peso Colombiano	517.695 Peso Colombiano	97.83%	✓	Agenda	Eliminar			
10	JUEGOS	30.916.183 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	29.959.981 Peso Colombiano	956.202 Peso Colombiano	96.91%	✓	Agenda	Eliminar			
12	PONENTES MAGISTRALES	51.612.782 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	49.321.874 Peso Colombiano	2.290.908 Peso Colombiano	95.56%	✓	Agenda	Eliminar			
19	OTRAS AREAS DE CONTENIDOS	2.584.150 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	2.420.010 Peso Colombiano	164.140 Peso Colombiano	93.65%	✓	Agenda	Eliminar			
20	BARCAMP	5.460.000 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	4.741.730 Peso Colombiano	718.270 Peso Colombiano	86.84%	✓	Agenda	Eliminar			
26	INCLUSION DIGITAL	56.800.000 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	55.800.000 Peso Colombiano	1.000.000 Peso Colombiano	98.24%	✓	Agenda	Eliminar			
27	CAMPUS VERDE	10.000.000 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	7.673.879 Peso Colombiano	2.326.121 Peso Colombiano	76.74%	✓	Agenda	Eliminar			
28	CAMPUS FUTURO	0 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	0 Peso Colombiano	0 Peso Colombiano	0%	✓	Agenda	Eliminar			
31	RRHH CONTENIDOS	16.000.000 Peso Colombiano	<input type="button" value="Editar"/>	8.787.500 Peso Colombiano	7.212.500 Peso Colombiano	54.92%	✓	Agenda	Eliminar			

Fuente: tools.admin.futuranetworks.com

12. LOGISTICA DE TRASLADO Y ALOJAMIENTO DE VIAJES ORGANIZACIÓN

12.1. ANALISIS VIAJES ORGANIZACIÓN

Aparte Viajes Organización

“**Viajes Organización:** Personal que asiste al evento que hace parte de la organización pero reside fuera de la ciudad y necesita transportarse al lugar” (Manual de Procesos de Producción).

12.1.1. Falencias en procedimientos de Viajes Organización

- ✓ No está establecido el manual de procesos y procedimientos por tanto la persona que se encarga de este tema, si no recibe la información de otra persona, quien le suministra la información no sabe cómo se ejecutan los procesos de aprobaciones de las compras autorizadas.
- ✓ Se contrata una persona temporal para que realice compra de tiquetes, reserva de alojamientos, transporte de los conferencistas y organización.
- ✓ La gestión de compra de tiquetes no se puede hacer con anterioridad por falta de manejo de flujo de caja, se compran con sobrecosto cerca a las fechas de realización del evento.

12.1.2. Matriz DOFA Viajes Organización

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
No posee manual de procesos ni de procedimientos	Desarrollo de Manuel de Procesos y procedimientos
La persona encargada es Temporal	Alianzas con diferentes agencias de viajes
Los tiquetes no se compran con tiempo de anterioridad suficiente	Pocas restricciones para extranjeros que ingresan a Colombia
FORTALEZAS	AMENAZAS
Por la cantidad de viajeros las agencias ofrecen servicio más personalizado	Susceptibilidad a los errores
Cuenta con 3 opciones de agencias	Perdida de la información
La ubicación del evento	Sobrecostos

13. PLAN DE MEJORAMIENTO

Este plan de mejoramiento se hace con el fin de llevar más control del Departamento de Producción con base al suministro de la información acertada y ya construida pudiendo medir el trabajo realizado para verificar que se esté cumpliendo a cabalidad con el objetivo del departamento.

“OBJETIVO: Producción es el encargado de planear, organizar y dar cumplimiento a toda la logística del evento en cuanto a: requerimientos de adecuación de espacio y los servicios que se le brindan a los participantes de Campus Party Colombia.

ALCANCE: Toda la logística que se proyecta por producción está basada en un presupuesto que se le entrega al comienzo de sus funciones, este presupuesto limita las inversiones de producción para la adquisición de los servicios que requiere, es por esto que todo lo realizado por esta área será sujeto a la disponibilidad económica que tenga la compañía organizadora del evento.”

13.1. PLAN DE MEJORAMIENTO CON PROVEEDORES

IMAGEN 4 Plan de Mejora con Proveedores

CATEGORIA	PROVEEDORES				
	DIAGNOSTICO	ACCIONES Y METAS	ENCARGADO	TIEMPOS DE EJECUCIÓN	RECURSOS FINANCIEROS MATERIALES
Personal Temporal Asistente de Producción	Al inicio de las labores es indispensable dar a conocer el manual de procesos y procedimientos del Dto de Producción	Recursos Humanos	Se debe dar a Conocer el Manual en la Semana 1 de inicio de contrato por prestación del servicio	\$ 2.000.000	Un Puesto de trabajo, Portatil, telefono
Demora en la Entrega de Documentos para legalización de Contratos Comerciales con Proveedores	Establecer un listado Claro de Inscripción de Proveedores con la Empresa con plazos de entregas	Asistente de Producción	7 días hábiles despues de firmado el contrato comercial	\$ 150.000	Papeleria
Ⓜ No se realizan cotizaciones previas para permitir a los proveedores competir, en precios, calidad, tiempos de entrega y modalidades de pago	Realizar 3 cotizaciones por solicitud de requerimientos para poder realizar el estudio de la mejor opción de proveedores	Asistente de Producción	1 Semana después de realizada la solicitud	0	Infomarción Digital
Retrasos en el cumplimiento de pago a proveedores debido a que es un tipo de empresa en el que los ingresos son cíclicos y los principales patrocinadores son entidades públicas en donde la mayoría de las veces no se cumple con los pagos establecido según lo indica el contrato generando que la selección del proveedor sea el de confianza	Llevar un control de flujo de caja y realizar una proyección de gastos para subsanar los meses de bajos ingresos	Departamento Administrativo y Financiero Departamento Comercial Departamento de Producción	Mensual		Papeleria e información Digital

Fuente propia

13.1.1. Propuesta Para El Mejoramiento Del Manejo Con Proveedores

- ✓ Se propone que del Departamento de Recursos Humanos sea el encargado de informar al personal asistente de producción del conocimiento del Manual de Procesos y procedimientos de Producción para que se dé cumplimiento.

ANEXO 1: MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE PRODUCCIÓN

Debido a que no se esta cumpliendo con lo que relaciona en el Manual en cuanto a proveedores, encontramos:

PROVEEDORES DE SERVICIOS			
19	Cotizar empresas de 2-3	Producción	Cotización
20	Negociar con los proveedores precios, plazos, formas de pago, condiciones.	Producción	
21	Generar orden de servicio para compra.	Producción	Orden de Servicio
22	Proveedor de mobiliario: Mesas, sillas, puff, puff en forma de gota, chill out, sofás. Escenografía, equipamiento, montaje: moqueta 1350 m2, brazo mecánico, tomas, asistencia técnica, mesas de pino, separadores.	Producción	Orden de Servicio
23	Proveedor audiovisuales: sonido, luces, videos, Equipos Básicos: Consola de sonido, 2 cabinas de sonido, micrófono inalámbrico. Otros solicitados por otras áreas.	Producción	Orden de Servicio
51	Contratar a asistente de producción: se encarga de llevar un control de todos los servicios que se contrataron, solicita a todos los proveedores los documentos necesarios para que se realice su pago. Los documentos se manejan en una base de datos, se hace un consolidadoj con consecutivos y se pasa a administración. (Contratos, pólizas de cumplimiento, registros de proveedor, RUT, Cámara de Comercio, etc.)	Producción	

- ✓ Realizar las instrucciones para el registro de Proveedores de acuerdo a la información suministrada por el Departamento Administrativo para que sea clara la información y sea notificada.

ANEXO 2: INSTRUCCIONES PARA REGISTRO DE PROVEEDORES

ANEXO 3: FORMATO REGISTRO DE PROVEEDORES

- ✓ Creación de formulario para la evaluación de producto y proveedores donde se pueda identificar la mejor opción.

ANEXO 4: FORMATO EVALUACIÓN DE COMPRA

IMAGEN 5 Formato Registro de Proveedores

REGISTRO DE PROVEEDORES	
DATOS COMERCIALES	
NOMBRE O RAZON SOCIAL	
DOCUMENTO DE IDENTIFICACION / NIT	DV
LUGAR DE EXPEDICION	
NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL	
DOCUMENTO DE IDENTIFICACION	
NOMBRE PERSONA CONTACTO	
DOCUMENTO DE IDENTIFICACION	
DIRECCION COMERCIAL :	E-MAIL:
TELEFONO 1:	CELULAR:
FAX:	
SECTOR ECONOMICO	
INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> COMERCIAL <input type="checkbox"/> SALUD <input type="checkbox"/> SERVICIOS <input type="checkbox"/> EDUCATIVO <input type="checkbox"/>	
INFORMACION TRIBUTARIA	
1. TIPO DE PERSONA	
JURIDICA <input type="checkbox"/> NATURAL <input type="checkbox"/> ESTATAL <input type="checkbox"/>	
2. TIPO DE RETENEDOR (Si es Autorretenedor adjuntar copia de la resolución)	
AUTORRETENEDOR <input type="checkbox"/> NO ES AUTORRETENEDOR <input type="checkbox"/>	
3. TIPO DE REGIMEN	
GRAN CONTRIBUYENTE <input type="checkbox"/> COMUN <input type="checkbox"/> SIMPLIFICADO <input type="checkbox"/>	
4. ACTIVIDAD ECONOMICA (Según Codigo CIIU)	
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: _____ CODIGO DE ICA _____	
INFORMACION DEL SISTEMA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA (CERTIFICACION DE CALIDAD ISO 9001)	
CERTIFICADO <input type="checkbox"/> EN TRAMITE <input type="checkbox"/> OTRO _____	
INFORMACION BANCARIA PARA TRANFERENCIA	
NOMBRE DEL BANCO _____	
CORRIENTE <input type="checkbox"/> AHORROS <input type="checkbox"/> NUMERO _____	
TITULAR DE LA CUENTA: _____	
NOTA: NO SE REALIZARÁN TRANSFERENCIAS ACH A CUENTAS A NOMBRE DE TERCEROS, POR FAVOR PROPORCIONAR CUENTA A NOMBRE DEL TITULAR	
.....	
INFORMACION ADICIONAL _____	

FIRMA Y SELLO DE PROVEEDOR	

Fuente: Formato físico de la empresa Futura Networks de Colombia

Se plantea se maneje el siguiente formato para la evaluación de los 3 Proveedores y justificar la contratación del proveedor que presente las mejores características tanto técnicas, de precio y condiciones de pago.

IMAGEN 6 Formato de Evaluación de Producto

FORMATO DE EVALUACIÓN DE PRODUCTOS											
NOMBRE DEL PRODUCTO								FECHA			
CENTRO DE COSTO								MEDIDAS			
PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR NETO	IVA	TOTAL	GARANTÍA	FORMA DE PAGO	TIEMPO DE ENTREGA	NOTAS/OBSERVACIONES	
Valores con IVA (S/N)			N/A								
Justificación del servicio:				Última compra del ítem realizada				Sugerencias:			
Elaborado por:				Observaciones adicionales:				Aprobado por:			
Fecha de elaboración:											

Fuente: Formato de la empresa Futura Networks

APLICACIÓN:

Teniendo en cuenta que es la empresa Organizadora del mayor evento de contenidos digitales en el mundo se propone una aplicación a nivel Colombia para cualquier equipo de celular con sistemas operativos como el de Apple, Android, Windows complementando con un enlace desde la página web donde:

Los Proveedores puedan ingresar a registrarse como proveedores con la información del formulario para no tener demoras en el envío de la documentación.

13.2. PLAN DE MEJORA EN MANEJO DE PRESUPUESTOS DE PRODUCCIÓN

IMAGEN 7 PLAN DE MEJORA EN PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

CATEGORIA	PROSUPUESTO DE PRODUCCIÓN					
	DIAGNOSTICO	ACCIONES Y METAS	ENCARGADO	TIEMPOS DE EJECUCIÓN	RECURSOS	
					FINANCIEROS	MATERIALES
Es establecido por el Director Financiero y por el Director del Proyecto Campus Party, no es tenido en cuenta el Gerente de Producción, las cifras están basadas en una información histórica registrada en el Sistema de Gestión de la Compañía del año inmediatamente anterior el Cual es poco confiable porque la información no queda actualizada en su totalidad.	Se propone que el sistema de gestión actual sea verificado por la tesorería para que autorice los pagos si coinciden las facturas emitidas con el sistema de gestión de presupuestos para que lo asignado y registrado sea más confiable. Medir por medio de indicadores de gestión que tan efectiva ha sido la gestión de manejo del presupuesto en Producción	Tesorería Gerencia General	Semanal Anual o Por Proyecto ejecutado		\$ 0	papelería
No están realizando un estudio de mercado con los diferentes proveedores para actualizar el presupuesto con valores más reales, por lo anterior tienen problemas de distribución de los recursos en las diferentes partidas del presupuesto lo que genera que saquen de una partida la cual sobra presupuesto para subsanar con las que no alcanzaron a cubrir la necesidad.	Se identifica el Canal de Distribución de Campus Party como introducción a un estudio de mercado	Departamento de Producción	1 Semana		\$ 0	Medios Magnéticos
El Sistema de Gestión que se maneja para el presupuesto no es confiable porque no es actualizado en su totalidad, inicialmente se alimenta a base de supuesto (cotizaciones) y luego se debe actualizar la información con el valor finalmente del gasto pero muy frecuentemente no se actualiza lo cual al tomar esa información como base para realizar un presupuesto	Se propone un sistema de gestión de proyectos completo como un Enterprise Resource Planning (ERP)	Departamento Administrativo y financiero Departamento de Tecnología	1 Mes de empalme de la información con el área Contable	Parametrización \$6.905.827 COP Alquiler Mensual \$ 2.300.000 COP		Permitido para 15 Equipos de Computo

Fuente Propia

13.2.1. Propuesta de Mejoramiento en Manejo de Presupuestos

- ✓ Se propone que el sistema de gestión actual sea verificado por la tesorería para que autorice los pagos si coinciden las facturas emitidas con el sistema de gestión de presupuestos para que lo asignado y registrado sea más confiable.
- ✓ Establecer indicadores de gestión para medir los gastos, el ahorro y promedio por periodos anuales del Departamento de Producción, se proponen fórmulas de medición para los indicadores.
- ✓ Identificar el Canal de Distribución de Campus Party como introducción para un estudio de mercado.
- ✓ Indicar un sistema de gestión de proyectos completo como un Enterprise Resource Planning (ERP)

Tabla 1 Presupuestos de Gastos Campus Party en Pesos Colombianos

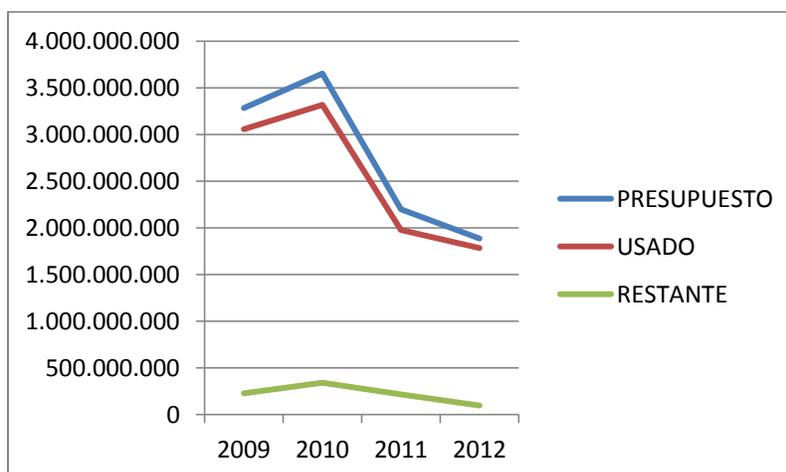
AÑO	PRESUPUESTO	USADO	RESTANTE	% USADO	% AHORRO
2009	3.285.483.098	3.054.389.395,94	231.093.702,06	92.97%	7,03%
2010	3.655.826.782	3.316.139.719,19	339.687.062,81	90.71%	9,29%
2011	2.199.052.100	1.979.024.931	220.027.169	89.99%	10,01%
2012	1.884.975.766	1.784.244.757,27	100.731.008,73	94.66%	5,34%
TOTAL	11.025.337.746	10.133.798.803	891.538.943		
PROM	2.756.334.436,5	2.533.449.700,85	222.884.735,65	92,08%	7,9%

Fuente Propia: Tomado de Dot

13.2.1.1. Indicadores de Gestión de Producción

FORMULA	PROPOSITO	INTERPRETACIÓN
$\% \text{ Usado} = \frac{\text{Presupuesto Usado}}{\text{Presupuesto Total}}$	Medir el porcentaje del gasto en los últimos 4 años de la operación en Campus Party usando el mínimo de los Recursos	Se identifica que el gasto de la operación de Campus Party anual es superior al 92,08% promedio según lo proyectado, de momento no se identifican sobre costos de la operación basados en la tabla de presupuestos de los últimos 4 años, el comportamiento es estable sin embargo se observa que se ha reducido el presupuesto destinado para el desarrollo de la operación por año y se ha dado un buen manejo a los recursos por cuanto existe el ahorro.
$\% \text{ Ahorro} = \frac{\text{Presupuesto Restante}}{\text{Presupuesto Total}}$	Medir el porcentaje de Ahorro de los últimos 4 años de la operación Campus Party cumpliendo con el objetivo de Ahorro.	El porcentaje de Ahorro en promedio de los últimos 4 años ha sido del 7,90% en promedio frente al presupuesto establecido para el desarrollo del proyecto, Las expectativas se han cumplido al no pasar el presupuesto y al tener un margen de ahorro del costo de la operación
$\text{Promedio} = \frac{\Sigma \text{ Total Presupuesto}}{\text{No Años}}$	Medir el Manejo Adecuado de los Recursos basado en el Promedio de Ahorro de los último 4 años	En los últimos 4 años se ha tenido un ahorro promedio de \$ 222.884.735,65 COP frente al costo del desarrollo del proyecto en promedio de \$ 2.756.334.436,5 COP

Gráfica 1 Presupuestos de Gastos Campus Party Colombia



Fuente Propia

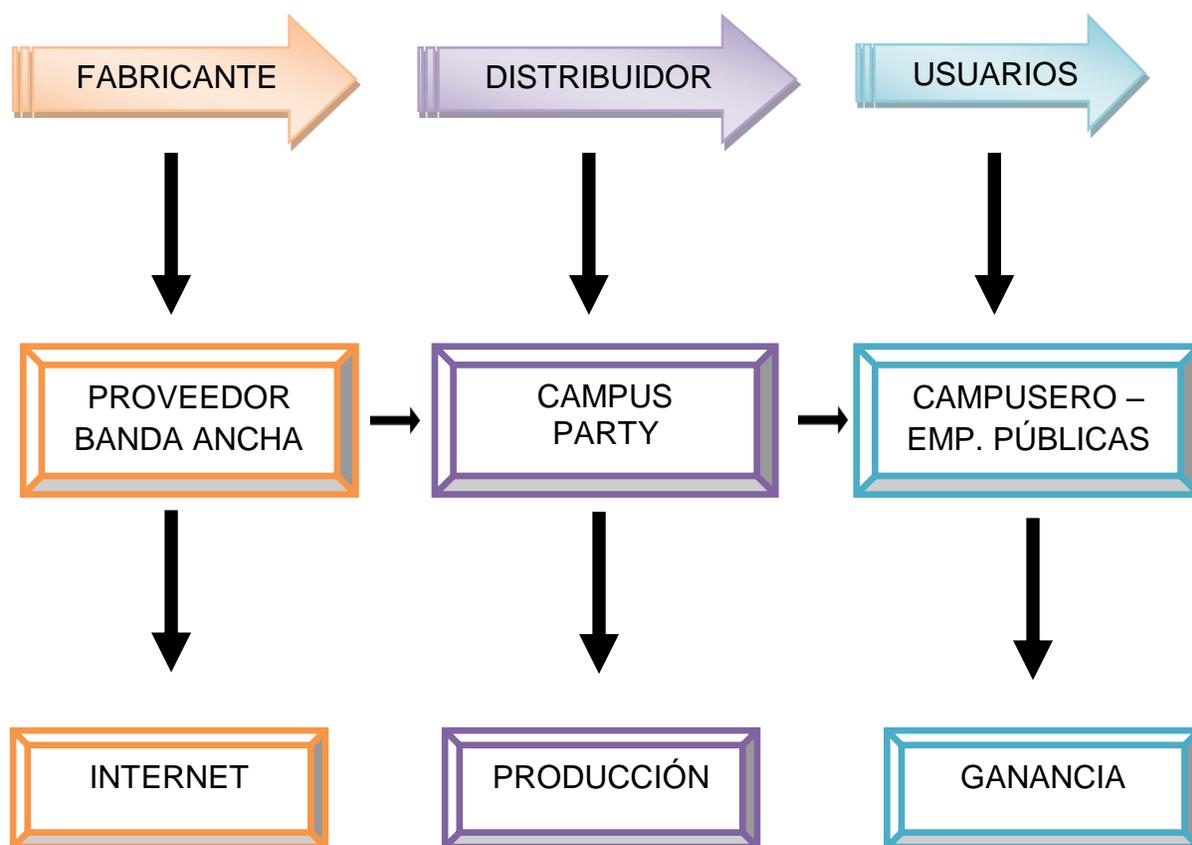
En la gráfica No 1 se observa que el presupuesto aprobado para el desarrollo del proyecto cada año ha venido disminuyendo sin embargo del años 2010 a 2011 es significativo, de igual manera los gastos se han reducido y la magnitud del proyecto ha sido el mismo generando un ahorro proporcional a lo otorgado por año.

13.2.1.2. Canal Logístico En Campus Party

Campus Party desde el origen de su fabricación hasta el usuario final se identifica en el canal de distribución MEDIO en donde el fabricante se ve representado por PORVEEDOR DE SERVICIO DE INTERNET , El distribuidor CAMPUS PARTY y el usuario por los CAMPUSEROS Y ENTIDADES PRIVADAS Y PUBLICAS.

En el siguiente gráfico se representara el canal de DISTRIBUCIÓN MEDIO seleccionado:

Gráfica 2 Canal de Distribución Campus Party



Fuente Propia

Se tuvieron en cuenta los siguientes factores de mercado:

Tipo de mercado: El tipo de usuario final al que se desea llegar son los jóvenes y adultos, dado que son personas con mayor nivel de interés en la tecnología con varios fines, así como también las entidades Públicas y Privadas bajo el mismo interés de las tecnologías que desean llegar al Campusero en el desarrollo del evento como:

- Video juegos.
- Descargas (videos, películas, música, programas, etc.) .
- Juegos en línea.
- Chats y redes sociales.
- Contenidos como Astronomía, Software Libre, Simulación de vuelos.
- Aplicaciones
- Todo lo relacionado con Contenidos Digitales.

Número de compradores potenciales: Durante el evento que tiene una duración de 1 semana se tiene un promedio de 5 mil CAMPUSEROS en Colombia más la participación de las entidades Públicas y Privadas interesadas en llegar al Campusero.

Concentración geográfica del mercado: Los diferentes países donde se lleva a cabo el desarrollo del Proyecto Campus Party bajo los mismos parámetros de Producción son:

España

Brasil

Colombia

Ecuador

México

13.2.1.3. Se indica Sistema de Gestión

Se recomienda un sistema de gestión de proyectos completo como un Enterprise Resource Planning (ERP) que permite el registro de toda la operación desde el requerimiento de una necesidad hasta la compra, facturación e información de pagos para evitar la información irreal ya que en el momento de la operación del evento es masiva la información que se maneja en cuanto a requerimientos de todo tipo de producción generando que se desvíe muchas veces la información sin llegar al siguiente proceso correspondiente generando los retrasos.

Toda la información va enlazada y alimentada por cada uno de los departamentos responsables de los diferentes procesos, permite a La Compañía, controlar y registrar sus operaciones minimizando el riesgo y fortaleciendo el control interno.

La parametrización de este sistema tiene un costo Aproximado de \$6.905.827 COP, permite el sistema en 15 equipos y se debe tener en cuenta el alquiler mensual del sistema equivalente a \$ 2.300.000 COP.

13.3. PLAN DE MEJORA VIAJES ORGANIZACIÓN

IMAGEN 8 PLAN DE MEJORA EN PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

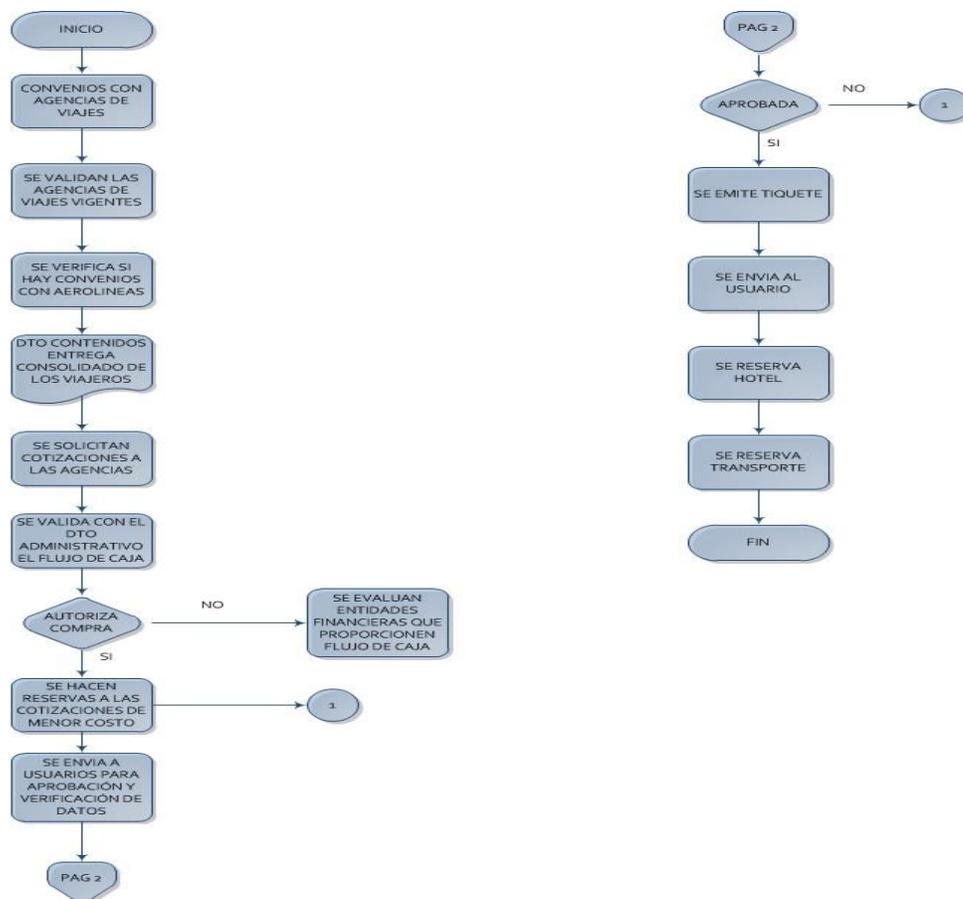
CATEGORIA	VIAJES ORGANIZACIÓN				
	DIAGNOSTICO	ACCIONES Y METAS	ENCARGADO	TIEMPOS DE EJECUCIÓN	RECURSOS
FINANCIEROS					MATERIALES
No está establecido el manual de procesos y procedimientos por tanto la persona que se encarga de este tema, si no recibe la información de otra persona, quien le suministra la información no sabe cómo se ejecutan los procesos de aprobaciones de las compras autorizadas	Establecer un flujograma de viajes organización	Recurso Humanos	15 días	\$ 800.000	Equipo de Computo
Se contrata una persona temporal para que realice compra de tiquetes, reserva de alojamientos, transporte de los conferencistas y organización.	Medir mediante indicadores de Gestión que tan recurrente y perjudicial es el personal temporal	Departamento de Producción	Anual	\$ 0	Equipo de Computo
La gestión de compra de tiquetes no se puede hacer con anterioridad por falta de manejo de flujo de caja, se compran con sobrecosto cerca a las fechas de realización del evento.	Consolidar los gastos de viajes con mínimo 2 meses de anterioridad para que en el Dpartamento Financiero hagan la reserva de Flujo de Caja	Coordinador de Viajes	2 Meses y Medio	\$ 2.500.000	Equipo de Computo, Telefono, Impresora

Fuente Propia

13.3.1. Propuesta de Mejoramiento en Manejo de Presupuestos

- ✓ Se establece un diagrama de flujo para que la persona temporal que coordina los viajes de organización encuentre una guía del proceso de reservas y compras de tiquete, hoteles y transportes.
- ✓ Se plantea la siguiente Plantilla de información para consolidar la reserva de tiquetes, alojamientos y transporte Hotel-Aeropuerto-Hotel.
- ✓ Medir mediante indicadores de Gestión que tan recurrente y perjudicial es el personal temporal. (Verificar Capítulo 15)

13.3.1.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE VIAJES ORGANIZACIÓN



Fuente Propia

13.3.1.2. PLANILLA DE CONSOLIDACIÓN DE VIAJES ORGANIZACIÓN

IMAGEN 9 Tabla Para Manejo de Información de Viajes

No.Reserv	AREA	NOMBRE	IDENTIFICACIÓN	Vlr Base	IVA	SEG HOTELERO	V/R NOCHE	ECHAS INGRES	ORIGEN	AEROLINEA	No.VUELO	HORA LLEGADA	FECHAS SALIDA	esx CUENTA FUTURA	ACOMODACION	OBSERVACIONES	
6784	Organización Futur	Roberto Romero							MADRID	IBERIA	IB6585	15:35					
	Organización Futur	Yolanda Benedito		170964	17096	8000	\$ 196.060	19/06/2013	MADRID	IBERIA	IB6585	15:35	01/07/2013	12	\$ 2.352.720	310 D.MAT	
6785	Organización Futur	Veronica Benabeu		160000	16000	4000	\$ 180.000	23/06/2013	MADRID	IBERIA	IB6585	15:35	01/07/2013	8	\$ 1.440.000	405 SGL	
6786	Organización Futur	Leandro Suarez		160000	16000	4000	\$ 180.000	18/06/2013	SAO PAULO	AVIANCA	AV86	12:45	02/07/2013	14	\$ 2.520.000	305 SGL	
6787	Organización Futur	Raul Martin															
		Sofia Espino		170964	17096	8000	\$ 196.060	18/06/2013	MEXICO	COPA AIRLINES	CM681	19:57	02/07/2013	14	\$ 2.744.840	410 D.MAT	
6788	CONTENIDOS	Akira Yamaoka		160000	16000	4000	\$ 180.000	25/06/2013	NEWAR NJ	UNITED AIRLINES	UA1068	21:34	01/07/2013	6	\$ 1.080.000	505 SGL	
6789	CONTENIDOS	Jon Maddog		160000	16000	4000	\$ 180.000	25/06/2013	NEW YORK	UNITED AIRLINES	UA1068	21:34	01/07/2013	6	\$ 1.080.000	504 SGL	
6790	CONTENIDOS	Julien Fourgeaud		160000	16000	4000	\$ 180.000	23/06/2013	MADRID	IBERIA	IB6583	18:45	02/07/2013	9	\$ 1.620.000	408 SGL	
6791	CONTENIDOS	Neil Harbisson		160000	16000	4000	\$ 180.000	29/06/2013	PARIS	AIR FRNACE	AF422	14:35	02/07/2013	3	\$ 540.000	307 SGL	
6792	CONTENIDOS	Hilda Ramirez		160000	16000	4000	\$ 180.000	25/06/2013	México	COPA AIRLINES	CM681	19:57	01/07/2013	6	\$ 1.080.000	308 SGL	
6793	CONTENIDOS	Ramiro Magnone						22/06/2013	Argentina	AEROLINEAS ARGENTINAS	AR 1360	10:35	02/07/2013			TWIN 22-27	El 24 DE Junio sale Carlos Correa e Ingresa Agustina Cerrudo
	CONTENIDOS	CARLOS CORREA / AGUSTINA CERRUDO		170964	17096	8000	\$ 196.060	22/06/2013	Argentina	AEROLINEAS ARGENTINAS	AR 1360	10:35	02/07/2013	10	\$ 1.960.600	H.604 27JUN AL 2JUL.H.301	
6844	CONTENIDOS	Isabel Rosado		160000	16000	4000	\$ 180.000	20/06/2013	Madrid	IBERIA	IB6585	15:35	27/06/2013	7	\$ 1.260.000	705 SGL	
6794	CONTENIDOS	Adriana Sánchez		160000	16000	4000	\$ 180.000	28/06/2013	PANAMA	AVIANCA	AV0061	19:20	29/06/2013	3	\$ 540.000	307 SGL	
6795	CONTENIDOS	Beatriz Buseniche		160000	16000	4000	\$ 180.000	25/06/2013	BUENOS AIRES	AVIANCA	AV88	12:20	27/06/2013	2	\$ 360.000	403 SGL	
6796	CONTENIDOS	Gonzalo Frasca		160000	16000	4000	\$ 180.000	27/06/2013	PANAMA	COPA AIRLINES	CM0535	09:32	01/07/2013	4	\$ 720.000	501 SGL	
6871	Organización Futur	Pablo Anton		160000	16000	4000	\$ 180.000	21/06/2013	NO SE TIENE Q. RECOGER				02/07/2013	11	\$ 1.980.000	601 SGL	
6920	CONTENIDOS	Nikolas WOISCHNIK		160000	16000	4000	\$ 180.000	26/06/2013	NEWAR NJ	UNITED AIRLINES	UA1068	21:34	03/07/2013	7	\$ 1.260.000	603 SGL	
6932		Jhon Freddy Rivera Bermúdez		160000	16000	4000	\$ 180.000	26/06/2013	Ibague	LAN AIRLINES	LA3232	10:45	28/06/2013	2	\$ 360.000	507 SGL	
													TOTAL	\$ 22.898.160			
													ANTICIPO	\$ 7.825.082			
													SALDO	\$ 13.633.078			
														\$ 15.073.078			

Fuente: Propia, Propuesta de información

La información consolidada en un solo archivo de alojamiento, vuelos y transporte permite que no se pasen detalles ya que va enlazada entre los 3 items y disminuye los errores de transcripción, permitiendo también sacar un presupuesto de gastos para informar al Departamento Administrativo para que reserve el flujo de caja con anterioridad y permita hacer compras con tiempo generando ahorro, Si bien los tiquete de vuelo se compren con más anterioridad más ahorro se genera debido a que este varía de acuerdo a la Tasa IATA

14. PRODUCCIÓN GENERAL

Anotación indicada en el Manual de Procesos y procedimientos del Departamento de Producción en Campus Party Colombia:

INDICADOR DE GESTIÓN

En el momento no existe ningún indicador que mida la eficiencia del proceso, todo se inspecciona durante el desarrollo del mismo. El correcto cumplimiento de las tareas durante el evento y el cumplimiento a todos proveedores con los pagos pactados, sin implicaciones legales será entonces un buen desempeño para esta área¹⁷.

IMAGEN 10 Producción General

CATEGORIA PRODUCCIÓN GENERAL			
DIAGNOSTICO	ACCIONES Y METAS	ENCARGADO	TIEMPOS DE EJECUCIÓN
No se manejan indicadores de Gestión para medir la efectividad del personal temporal ni fijo en el desarrollo del Evento Campus Party en Colombia	Establecer indicadores de Gestión	Departamento de Producción	Anual
No se manejan indicadores de Gestión para medir los ingresos de patrocinadores del Evento Campus Vs los gastos generados según el objetivo del proyecto	Es importante que el Departamento de Producción conozca la efectividad de ventas, para que desarrolle un plan de ahorro o bueno manejo de los recursos asignados para el desarrollo del evento	Departamento Comercial Departamento de Producción	Por cada proyecto

Fuente Propia

- ✓ Desarrollar indicadores de gestión que permitan medir el impacto que genera la contratación de personal temporal y fijo
- ✓ Desarrollar indicadores de Gestión que midan si el ingreso de los patrocinadores al evento cumple con el objetivo propuesto en el desarrollo del proyecto por año

¹⁷ Rendon S., Manual de Procesos y Procedimientos Producción V1, Campus Party Colombia, Pg 1-18.

14.1. INDICADORES DE GESTIÓN DE PERSONAL TEMPORAL Y FIJO DE CAMPUS PARTY

Tabla 2 Índice De Rotación De Personal Fijo

AÑO	No Empleados Por AÑO	No de Ingresos Por Año Empleados	No de Retiros Por Año	Índice de Rotación
2009	16	16	0	0%
2010	21	5	1	5%
2011	21	1	0	0%
2012	28	7	2	7%

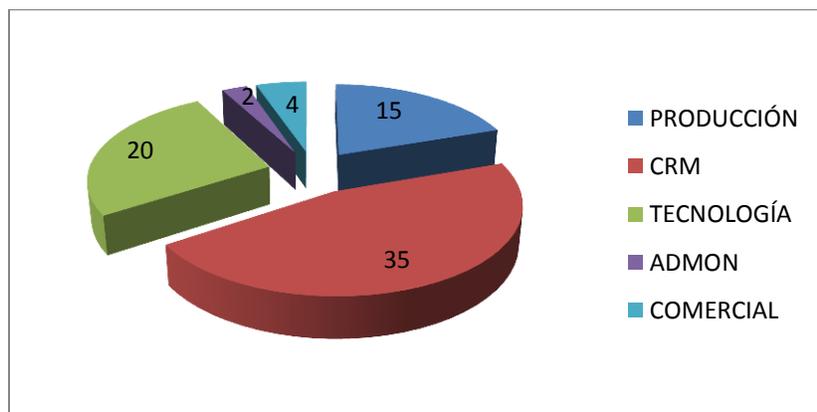
Fuente Propia

Tabla 3 Tabla De Solicitud De Personal Temporal

PERSONAL TEMPORAL	
PRODUCCIÓN	15
CRM	35
TECNOLOGÍA	20
ADMON	2
COMERCIAL	4
TOTAL	76

Fuente Propia

Gráfica 3 Solicitud de Número de Personal Temporal Por Año



Fuente Propia

En la Grafica No 3: CRM representa el área con mayor porcentaje de personal temporal en el desarrollo del proyecto con 35 personas, seguido por tecnología con 20 personas y producción con 15 personas, Administración y Comercial no tienen un número muy marcado pero se genera el mismo impacto al ser temporal.

Tabla 4 Índice De Rotación De Personal Temporal

AÑO	TOTAL PERSONAL TEMPORAL	PERSONAL TEMPORAL CON ANTIGÜEDAD	PERSONAL TEMPORAL NUEVO	ÍNDICE DE ROTACIÓN
2009	76	70	6	8%
2010	76	55	21	28%
2011	76	45	31	41%
2012	76	0	76	100%

Fuente Propia

Tabla 5 Índice de Productividad

Valores en Pesos Colombianos

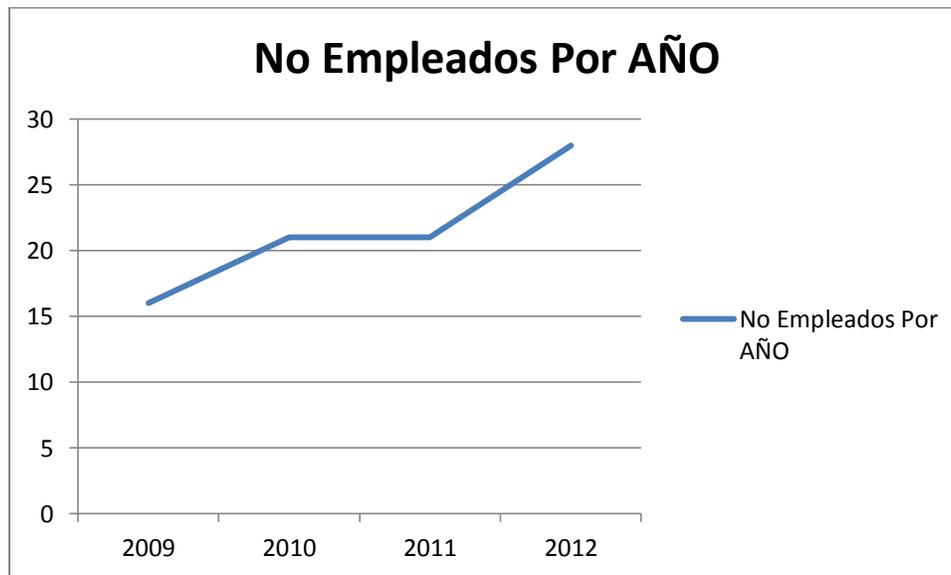
AÑO	VENDIDO	No de Empleados	Índice de Productividad
2009	4.934.110.690	16	308.381.918
2010	4.561.601.206	21	217.219.105
2011	3.900.476.593	21	185.736.981
2012	3.169.549.907	28	113.198.211

Fuente Propia

14.1.1. Indicadores De Gestión de Recurso Humano

FORMULA	PROPOSITO	INTERPRETACIÓN
<p>Índice de Productividad=</p> $\frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{No de Empleados}}$	<p>Medir La productividad Laboral frente al desarrollo del proyecto</p>	<p>El índice de productividad ha venido disminuyendo por cada año transcurrido, evidenciando que se debe realizar una verificación del incremento del recurso humano y con estos resultados se debe trabajar en aumentar los Ingresos Totales y por lo menos mantener el No de empleados sin incrementar para obtener un incrementos en los índices de Productividad</p>
<p>Índice de Rotación de Personal Fijo=</p> $\frac{\text{No de retiros por año} * 100}{\text{No total empleados por año}}$	<p>Medir la rotación del personal fijo por empresa por año</p>	<p>Es evidente que es una empresa muy estable con su personal de planta, no representa rotación de personal significativa que genere impacto en la ejecución del evento, sin embargo habría que entrar a realizar el análisis del personal temporal que se contrata durante el evento</p>
<p>Índice de Rotación de Personal Temporal=</p> $\frac{\text{No de retiros por año} * 100}{\text{No total empleados por año}}$	<p>Medir la rotación del personal fijo por empresa por año</p>	<p>Evidenciamos que el margen de rotación es bastante alto debido a que la contratación del servicio se da únicamente en la duración del evento por tal motivo el personal no va a ser el mismo todos los años ya que las personas que consiguen trabajos estables no pueden comprometerse con el desarrollo del proyecto en estado temporal</p>

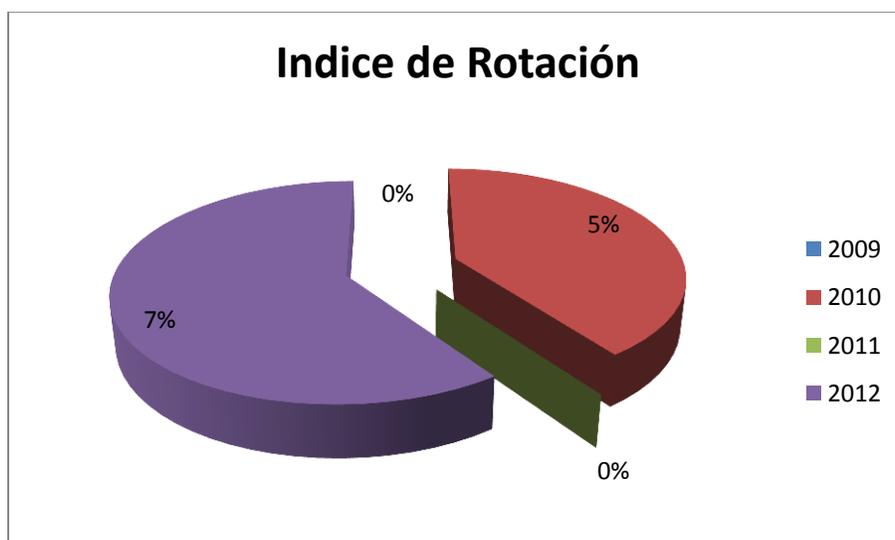
Gráfica 4 Número de Personal de Planta por Año



Fuente Propia

En la Grafica No 4 muestra el incremento de personal por año que ha tenido la empresa para el desarrollo del proyecto correspondiente del año 2009 al 2012.

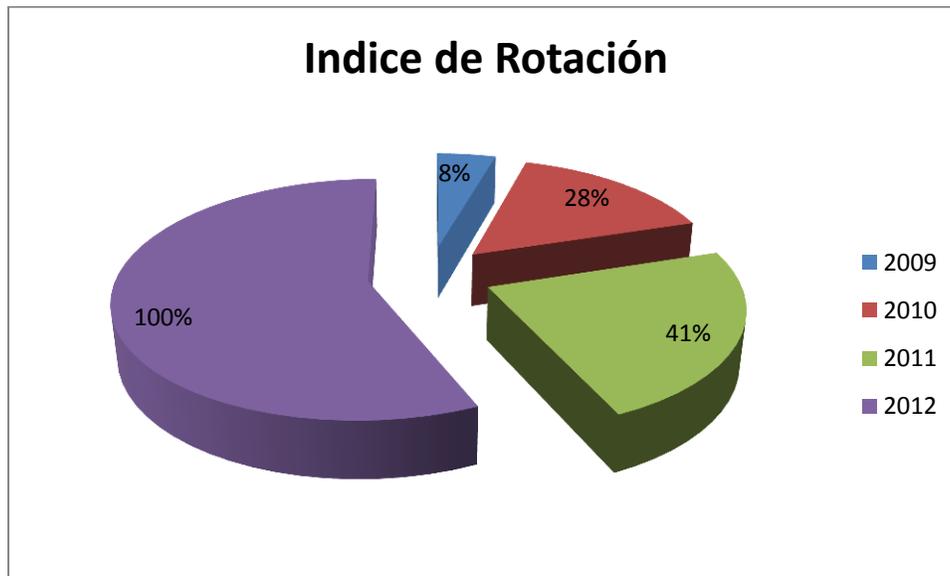
Gráfica 5 Grafica Índice de Rotación por año de Personal de Planta



Fuente Propia

En la Grafica No 5 se ve reflejado que el índice de rotación del personal de planta del proyecto Campus Party es muy bajo con un 5 % para el 2010 y un 7% para el 2012.

Gráfica 6 Grafica Índice de Rotación por año de Personal Temporal



Fuente Propia

En la Grafica No 6 el índice de rotación de personal Temporal es muy alto para el 2011 y 2012 debido a la extemporaneidad del evento el cual no es fiable que la persona que estuvo disponible en un año vigente lo vaya a estar para el año inmediatamente siguiente.

14.1.1.1. Factores Que Influyen En El Compromiso Y La Lealtad de los Empleados

EMPLEADOS:

- Conocimiento Amplio del Trabajo (+)
- Auto Aprendizaje (+)
- Trabajo en Equipo (+)
- Respeto y Tolerancia (+)
- Ambiente Laboral deficiente (-)

EMPLEADOR:

- Salarios Justos frente al mercado laboral (+)
- Inequidad en la carga laboral (-)
- Contratación Directa con la empresa e indefinida (+)
- Horarios Flexibles (+)
- Reconocimiento económico por el esfuerzo (+)
- Estabilidad Laboral (+)
- Falta de difusión de la información (-)
-

En el Sector de las Telecomunicaciones y tecnologías se presenta desarrollo e innovación constante, Razón por la cual las actividades que se presentan dentro del interior de la organización, cambian conforme a las necesidades del mercado.

MANEJO DEL RECURSO HUMANO

Hay un departamento global en la casa matriz en España, a nivel local aún no se ha implementado.

14.2. INDICADORES DE GESTIÓN DE INGRESOS DE CAMPUS PARTY

Tabla 6 Presupuesto de Ventas Campus Party en Pesos Colombianos

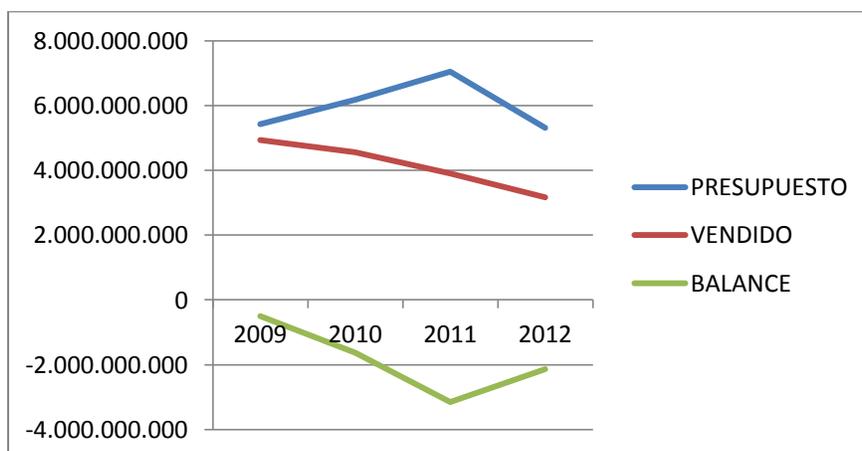
AÑO	PRESUPUESTO	VENDIDO	BALANCE	% VENDIDO	% CUMPLIMIENTO
2009	5.432.600.345	4.934.110.690	-498.489.655	90.82%	9,18%
2010	6.185.900.000	4.561.601.206	-1.624.298.794	73.74%	26,26%
2011	7.053.500.000	3.900.476.593	-3.153.023.407	55.30%	44,70%
2012	5.315.000.000	3.169.549.907	-2.145.450.093	59.63%	40,37%
TOTAL	23.987.000.345	16.565.738.396	-7.421.261.949		
PROM	5.996.750.086,25	4.141.434.599	-1.855.315.487,25		

Fuente Propia: Tomado de DOT

14.2.1. Indicador De Gestión Comercial

FORMULA	PROPOSITO	INTERPRETACIÓN
$\% \text{ Vendido} = \frac{\text{Presupuesto Vendido}}{\text{Presupuesto Total}}$	Medir las metas vendidas de los últimos 4 años frente a las expectativas del presupuesto del Proyecto	Las expectativas de venta no se han cumplido en ninguno de los 4 años, los porcentajes vendidos son variables año tras año y son inferiores a las expectativas de venta, El Departamento Comercial varía su personal anual por la complejidad del servicio a ofrecer no es adaptable fácilmente
$\% \text{ cumplimiento} = \frac{\text{Presupuesto Balance}}{\text{Presupuesto Total}}$	Medir el porcentaje de cumplimiento por año de las expectativas de venta	Lo que evidenciamos es que año tras año el incumplimiento de las metas de ventas ha sido cada vez mayor, va en incremento.

Gráfica 7 Presupuesto de Ventas Campus Party en Pesos Colombianos



Fuente Propia

En la Gráfica 2 evidenciamos que las cifras vendidas no superan las metas establecidas de ventas por año por tanto el balance es negativo, no se están cumpliendo con los objetivos de venta anual.

14.3. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN CAMPUS PARTY

REFERENTES DE INNOVACIÓN

Hay una innovación incremental por que permanece en mejoramiento continuo basándose en lo último en tendencias de sus contenidos, los magistrales más influyentes a nivel internacional se traen para dar conferencias a todos los asistentes del evento.

15. CONCLUSIONES

Futura Networks de Colombia es una empresa Pyme con un gran trabajo de producción para el evento Campus Party en Colombia.

Campus Party maneja un gran número de proveedores, por tanto puede que se generen demoras en tiempos con procesos de legalización con proveedores dado que la información no se entregaba con claridad para lo cual se ha definido una lista de documentos entregables y tiempos máximos para que el Proveedor esté informado y se rija según los lineamientos solicitados por la empresa para el registro como proveedor.

Los proveedores siempre son los mismos debido a que el flujo de caja es cíclico, el nivel de confianza de entregas juega un papel importante sin embargo no hay que dejar de lado otros proveedores que puedan ofrecer mejores beneficios para el evento.

El evento no maneja Indicadores de Gestión para medir y controlar los gastos de presupuesto en el desarrollo del Proyecto Campus Party, se da por cumplido a cabalidad si no se presentan novedades pero no hay registros de satisfacción, se han propuesto fórmulas que dejan ver el manejo que se da al proyecto.

La mayor parte del personal requerido es temporal por tanto puede variar del evento cada año generando inconsistencia en los procesos debido a que hay un periodo de tiempo muy corto de apropiación de las funciones asignadas al personal.

El sistema que se maneja para el registro y control de presupuestos no es muy efectivo debido a que es un sistema de gestión, por tanto no se puede confiar en la información suministrada allí ya que no necesariamente está actualizada.

Se manejan gran número de personas de organización para el desarrollo del evento y no todos viven en la ciudad en que se desarrolla, por eso siempre hay que tener en cuenta tiquete, alojamientos y transporte del personal organizador y magistral.

16. RECOMENDACIONES

Como innovación tecnológica se propone adquirir una aplicación para celulares, Ipad, Pc donde los magistrales y proveedores puedan ingresar la información requerida por la empresa fácilmente y desde cualquier país del mundo con acceso a internet para agilizar el funcionamiento de los procesos en la operación, obtener información actualizada de los procesos de pago o en el caso de los viajeros puedan alimentar la información básica para que se puedan expedir sus billetes de vuelo y reservar su alojamiento sin procesos intermediarios, en promedio tiene un costo de \$ 7.000.000 COP, este costo varía de acuerdo a las necesidades contenidas.

Es importante que al cerrar un proveedor se le mantenga informado de la lista de solicitudes por parte de la empresa Campus Party para registrarse como proveedor cumpliendo con los lineamientos de la empresa a cabalidad y poder disminuir los tiempos de entrega de la documentación.

Se recomienda manejar indicadores de gestión que puedan ser medibles en conjunto para su verificación y análisis de los Ingresos, Gastos, Manejo de personal y factores que influyan en el desarrollo del proyecto.

Para dar una garantía a la optimización de los procesos se recomienda dar a conocer al personal y no dejarlos archivados para su continuidad y que se puedan derivar los ajustes necesarios que surjan del permanente seguimiento al sistema de ejecución del proyecto.

Para el presupuesto se debe hacer partícipe al Productor del proyecto para que dé su punto de vista en la producción y minimizar los cambios de recursos en las partidas luego de un estudio de mercado con los proveedores requeridos para el desarrollo del evento.

17. WEBGRAFÍA

Agencia BTL y Eventos, Como Organizar un Evento de Empresa, CN Crece Negocios.Com, importado de: <http://www.crecenegocios.com/como-organizar-un-evento-de-empresa/>

Aguilar J. La Mejora Continua, Network de Psicología Organizacional, Recuperado de : http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/la_mejora_continua.pdf

Campus Party TM, La Entrada al Mundo Digital, Recuperado de: <http://www.campus-party.com.co/2012/el-evento.html>

Chiavenato I, (2006), Concepto de Administración, Introducción a la Teoría General de la Administración, Pag. 70, Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/41375036/Chiavenato-Introduccion-a-La-Teoria-General-de-La-Administracion>

Chiavenato I, (2006), Concepto de Administración, Introducción a la Teoria General de la Administración, pag 72, Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/41375036/Chiavenato-Introduccion-a-La-Teoria-General-de-La-Administracion>

Colombia 3.0, Donde Latinoamérica Conecta, Recuperado de: <http://www.campus-party.com.co/2012/el-evento.html>

Comunicación y Medios, La Tecnología en la Organización de Eventos, 12 Febrero 2010, Recuperado de: <http://comunicaciones.blogspot.com/2010/02/la-tecnologia-en-la-organizacion-de.html>

Di Genova A. (4 de Agosto de 2013), Organización Integral de Eventos, Red RRPP, Recuperado de: <http://www.redrrpp.com.ar/portal/modules.php?name=News&file=article&sid=1239>

Galvis F, FedericoGlcisBlogs, Tipos de Eventos, Definición, importado de: <http://federicogalvis.wordpress.com/tipos-de-eventos-definiciones/>

IT Ahora, Definición de Tecnología, La Revista del Comprador Tecnológico, 03 de Octubre de 2013, Recuperado de: <http://www.itahora.com/internet/que-es-tecnologia-definicion-de-tecnologia>

Mobile World Congress, 2013 Highlights, Recuperado de: <http://www.mobileworldcongress.com/2013-highlights/>

Proveedor, The Free Dictionary, Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L., Recuperado de : <http://es.thefreedictionary.com/proveedor>

Rendon S., Manual de Procesos y Procedimientos Producción V1, Campus Party Colombia, Pg 1-18.

Sistema de Gestión de Proyectos usado por Futura Networks de Colombia para el control de presupuestos de sus proyectos / tools.admin.futuranetworks.com.

Telesur, ¿Que es una App?, 16 de Mayo de 2011, Páginas Amarillas Cantv, Recuperado de: http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=8145:ique-es-una-app&catid=68:telecomunicaciones&Itemid=91