

11.1. Número de empresas de luces-sonido-tarimas-sillas

Tipo: Input.

Descripción: Corresponde al número de empresas que ofrecen servicios de alquiler de equipos de sonido, iluminación, sillas y tarimas para la realización de eventos culturales, sociales, científicos, entre otros, en el área de estudio y durante el período de estudio.

No Mide: El número de eventos realizados, el valor promedio de los servicios ofrecidos, la clase de eventos que requieren este tipo de servicios y la calidad del servicio ofrecido.

Indicadores relacionados:

- Número de empresas de logística(ver pág.108)
- Número de Agencias de Publicidad(ver pág.109)

Medidas derivadas:

Empresas de luces-sonido-tarimas-sillas por área geográfica o división administrativa: Corresponde al número de empresas de luces-sonido-tarimas-sillas que hay en cada área geográfica perteneciente al sitio de estudio al finalizar el período de referencia. Permite medir la concentración de este tipo de empresas en el área de interés. No es adecuado para medir la calidad del servicio prestado, ni tampoco para medir el uso de su capacidad instalada.

Periodicidad sugerida: Anual.

Fuente sugerida en Cali: Cámara de Comercio.

11.2. Número de empresas de logística

Tipo: Input.

Descripción: Corresponde al número de empresas dedicadas a la disposición de medios y métodos necesarios para llevar a cabo labores de distribución u organización para otras empresas, contabilizadas para el área de estudio y durante un período determinado.

No Mide: El número de eventos realizados, el valor promedio de los servicios ofrecidos, la clase de eventos que requieren este tipo de servicios y la calidad del servicio ofrecido.

Indicadores relacionados:

- Número de empresas de luces-sonido-tarimas-sillas(ver pág.107)
- Número de Agencias de Publicidad(ver

pág.109)

Medidas derivadas:

Empresas de logística por área geográfica o división administrativa: Corresponde al número de empresas de logística que hay en cada área geográfica perteneciente al sitio de estudio al finalizar el período de referencia. Permite medir la concentración de este tipo de empresas en el área de interés. No es adecuado para medir la calidad del servicio prestado, ni tampoco para medir el uso de su capacidad instalada.

Periodicidad sugerida: Anual.

Fuente sugerida en Cali: Cámara de Comercio.

11.3. Número de agencias de publicidad

Tipo: Input.

Descripción: Corresponde a la cantidad de organizaciones que prestan servicios de asesoramiento en mercadeo, comunicación, creación y producción de elementos técnicos de difusión, y en general asesoría integral en servicios publicitarios, contabilizadas para la zona de interés y durante un período de referencia.

No Mide: El número de campañas publicitarias que se realizan, el número de clientes que tienen las agencias y la calidad de los servicios que prestan las agencias.

Indicadores relacionados:

- Número de empresas de logística(ver pág.108)

- Número de empresas de luces-sonido-tarimas-sillas(ver pág.107)

Medidas derivadas:

Agencias de publicidad por área geográfica o división administrativa: Corresponde al número de agencias de publicidad que hay en cada área geográfica perteneciente al sitio de estudio al finalizar el período de referencia. Permite medir la concentración de este tipo de empresas en el área de interés. No es adecuado para medir la calidad del servicio prestado, ni tampoco para medir el uso de su capacidad instalada.

Periodicidad: Anual.

Fuente en Cali: Cámara de Comercio