

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA  
DEL CENTRO DE ESTUDIOS FOTOGRÁFICOS EMKCOLOR FOTOGRAFÍA  
DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES (SANTANDER)**

**EDGAR MALAGÓN MARTÍNEZ  
RICARDO ANGARITA BERTEL**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN  
A DISTANCIA - IPRED  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2014**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA  
DEL CENTRO DE ESTUDIOS FOTOGRÁFICOS EMKCOLOR FOTOGRAFÍA  
DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES (SANTANDER)**

**EDGAR MALAGÓN MARTÍNEZ  
RICARDO ANGARITA BERTEL**

**Proyecto de grado para optar el título de  
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Director  
LUIS FRANCISCO HERNÁNDEZ ACEVEDO  
Magíster en Administración**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN  
A DISTANCIA - IPRED  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA**

**2014**

## **DEDICATORIA**

Hoy, dedico este proyecto a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado el gran impulso para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor por permitirme llegar a esta etapa tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más.

A mi esposa Luz Kerry y mis hijos, por su paciencia, su comprensión, por su empeño, por su fuerza y por su amor.

A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Y por último: deseo dedicar este momento tan importante e inolvidable; a mí mismo, por no dejarme vencer, ya que en ocasiones el primer obstáculo se encuentra dentro de uno.

**EDGAR MALAGÓN MARTÍNEZ**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto primeramente a Dios que me da la oportunidad de prepararme aún más y asumir cada día que pasa nuevo retos.

A mi familia por su invaluable comprensión y apoyo.

**RICARDO ANGARITA BERTEL**

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores agradecen a:

Primero y como más importante, me gustaría agradecer sinceramente a nuestro Director de Tesis, Magíster Luis Francisco Hernández Acevedo, por su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación los cuales han sido fundamentales para la culminación de este proyecto de grado.

A los docentes del programa de Gestión Empresarial quienes durante años nos han inculcado un sentido de seriedad, responsabilidad, rigor académico, trato humano y visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, que ayudan a formar como persona y profesional sin los cuales no podría tener una formación completa.

A todos ellos, muchas gracias.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	22
1. GENERALIDADES	25
1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR	25
1.1.1 Análisis del entorno económico de la industria fotográfica a nivel internacional	25
1.1.2 Análisis del entorno económico de la industria fotográfica a nivel nacional	27
1.1.3 Empresa Emkcolor fotografía digital	31
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO DE SABANA DE TORRES Y SU ZONA DE INFLUENCIA	33
1.2.1 Aspectos geográficos	33
1.2.1.1 Cobertura geográfica	34
1.2.2 Entorno económico de la industria fotográfica en Sabana de Torres	36
1.3 ASPECTOS LEGALES	36
1.3.1 Ley 44 de 1993. Artículo 6	36
1.3.2 Ley 603 de 2000	37
1.3.3 Decreto 410 de marzo 27 de 1971	37
1.3.4 Ley 905 de 2004	37
1.3.5 Ley 100 de 1993	37
1.3.6 Ley 99 de diciembre de 1993	38
1.3.7 Ley 1014 de enero de 2006	38
2. ESTUDIO DE MERCADOS	39
2.1 OBJETIVOS	39
2.1.1 General	39
2.1.2 Específicos	39
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	40
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones	40
2.2.2 Servicios sustitutos	40

2.2.3 Servicios complementarios	41
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio	41
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	42
2.3.1 Mercado potencial	42
2.3.2 Mercado objetivo	42
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	42
2.4.1 La Demanda	42
2.4.2 Planteamiento del problema	42
2.4.3 Necesidades de la información	43
2.4.4 Ficha técnica	44
2.4.5 Tabulación, presentación y análisis de resultados	46
2.4.6 Estimación de la demanda	58
2.4.7 Proyección de la demanda	59
2.5 LA OFERTA	60
2.5.1 Necesidades de información	60
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia	60
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	63
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	64
2.7.1 Estructura de los canales actuales	64
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	64
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	65
2.8 PRECIO	66
2.8.1 Análisis de precios	66
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	66
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	67
2.9.1 Objetivos	67
2.9.2 Logotipo	68
2.9.3 Lema	68
2.9.4 Análisis de medios	69
2.9.5 Selección de medios	70

2.9.6 Estrategias publicitarias	71
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	72
2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento	72
2.9.7.2 Presupuesto de Operación	72
2.10 RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	73
3. ESTUDIO TÉCNICO	75
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	75
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	75
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	75
3.1.2.1 La demanda	75
3.1.2.2 La disponibilidad de insumos	75
3.1.2.3 Recurso humano	76
3.1.2.4 Disponibilidad de tecnología y equipos	76
3.1.2.5 Localización	76
3.1.2.6 Financiamiento	76
3.1.3 Capacidad del proyecto	76
3.1.3.1 Capacidad total diseñada	76
3.1.3.2 Capacidad instalada	77
3.1.3.3 Capacidad utilizada	78
3.2 LOCALIZACIÓN	78
3.2.1 Macrolocalización	78
3.2.2 Microlocalización	79
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	81
3.3.1 Ficha técnica del servicio	81
3.3.2 Descripción técnica del proceso	81
3.3.3 Control de calidad	82
3.3.4 Recursos	83
3.3.4.1 Recurso humano	83
3.3.4.2 Recurso físico	83
3.3.4.3 Recurso de insumos	85

3.3.5 Análisis de proveedores	85
3.3.6 Distribución de planta	87
3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	89
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	91
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	91
4.1.1 Situación jurídica	92
4.1.2 Trámites de orden nacional	94
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	94
4.2.1 Misión	94
4.2.2 Visión	95
4.2.3 Objetivos	95
4.2.4 Políticas	95
4.2.4.1 De personal	95
4.2.4.2 Políticas de compras	96
4.2.4.3 Políticas de ventas	97
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	98
4.3.1 Organigrama	98
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	98
4.3.3 Estructura salarial	121
4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	123
5. ESTUDIO FINANCIERO	125
5.1 INVERSIONES	125
5.1.1 Inversión fija	125
5.1.2 Inversión diferida	127
5.1.3 Capital de trabajo	128
5.1.3.1 Costos del servicio	128
5.1.3.2 Costos indirectos de prestación del servicio	132
5.1.4 Inversión total del proyecto	136
5.1.5 Fuentes de financiación	136

5.2 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	137
5.2.1 Costos fijos	137
5.2.2 Costos variables	137
5.2.3 Costos totales unitarios	137
5.3 PRECIO DE VENTA	138
5.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	138
5.4.1 Egresos proyectados	138
5.4.2 Ingresos proyectados	139
5.5 ESTADOS FINANCIEROS	140
5.5.1 Estado de resultados proyectado a cinco años	140
5.5.2 Flujo de caja proyectado	141
5.5.3 Balance general a cinco años	142
5.6 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	142
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	144
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	144
6.2 IMPACTO SOCIAL	145
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	146
6.4 IMPACTO FINANCIERO	147
6.4.1 Valor Presente Neto VPN	148
6.4.2 Tasa interna de retorno TIR	149
6.4.3 Período de recuperación	150
6.4.4 Análisis de las razones financieras	150
6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	151
7. CONCLUSIONES	153
8. RECOMENDACIONES	155
BIBLIOGRAFÍA	156
ANEXOS	158

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Estructura organizacional de la empresa	33
Figura 2. Municipio de Sabana de Torres	34
Figura 3. Canales de comercialización actuales	65
Figura 4. Logotipo diseñado	68
Figura 5. Distribución de planta	88
Figura 6. Estructura organizacional de la empresa Emkcolor fotografía digital	98

## LISTA DE GRAFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfica 1. Conocimiento de la fotografía digital	46
Gráfica 2. Requerimiento de un centro fotográfico	47
Gráfica 3. Servicios solicitados en un centro fotográfico	48
Gráfica 4. Cantidad de estudios solicitados en un centro fotográfico	49
Gráfica 5. Presupuesto por tipo de fotos escogida	51
Gráfica 6. Horario para tomar el servicio	52
Gráfica 7. Día de la semana escogido para tomar el servicio	53
Gráfica 8. Centros fotográficos encontrados en Sabana de Torres	54
Gráfica 9. Concepto del servicio prestado	55
Gráfica 10. Aspecto determinante para elegir centro fotográfico	56
Gráfica 11. Opinión sobre el requerimiento de un centro fotográfico	58
Gráfica 12. Punto de Equilibrio de la empresa estudio foto documento	144

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Especificaciones de los estudios	40
Cuadro 2. Ficha técnica de la investigación	44
Cuadro 3. Conocimiento de la fotografía digital	46
Cuadro 4. Requerimiento de un centro fotográfico	47
Cuadro 5. Servicios solicitados en un centro fotográfico	48
Cuadro 6. Cantidad anual de estudios solicitados en un centro fotográfico	49
Cuadro 7. Presupuesto dispuesto para foto documentos	50
Cuadro 8. Presupuesto dispuesto para foto de eventos	50
Cuadro 9. Presupuesto dispuesto para foto publicitaria	50
Cuadro 10. Horario para tomar el servicio	51
Cuadro 11. Día de la semana escogido para tomar el servicio	52
Cuadro 12. Centros fotográficos encontrados en Sabana de Torres	53
Cuadro 13. Concepto del servicio prestado	55
Cuadro 14. Aspecto determinante para elegir centro fotográfico	56
Cuadro 15. Opinión sobre el requerimiento de un centro fotográfico	57
Cuadro 16. Estimación de la demanda según servicio	59
Cuadro 17. Proyección anual de la demanda estudios fotográficos	59
Cuadro 18. Descripción de la oferta de municipios cercanos	62
Cuadro 19. Relación entre la demanda y la oferta	64
Cuadro 20. Precios en estudios fotográficos en Sabana de Torres	66
Cuadro 21. Presupuesto publicidad de lanzamiento	72
Cuadro 22. Presupuesto publicidad de Operación	72
Cuadro 23. Capacidad de atención del servicio en 8 horas	77
Cuadro 24. Capacidad del proyecto (estudios fotográficos por año)	78
Cuadro 25. Valoración por puntos de locales	80
Cuadro 26. Ficha técnica de estudios para eventos	81
Cuadro 27. Diagrama del proceso del servicio	82

Cuadro 28. Mano de obra del proyecto	83
Cuadro 29. Maquinaria y Equipos	84
Cuadro 30. Muebles y Enseres	84
Cuadro 31. Equipos de oficina	84
Cuadro 32. Listado de materias primas e insumos	85
Cuadro 33. Proveedores	86
Cuadro 34. Distribución de cargos por niveles Emkcolor	99
Cuadro 35. Manual de Funciones del Administrador	100
Cuadro 36. Manual de Funciones del Fotógrafo	104
Cuadro 37. Manual de Funciones del Diseñador Gráfico	107
Cuadro 38. Manual de Funciones del Impulsador	110
Cuadro 39. Manual de Funciones de la Secretaria	113
Cuadro 40. Manual de Funciones de la Auxiliar de Servicios Generales	116
Cuadro 41. Manual de funciones del contador	119
Cuadro 42. Estructura salarial de Emkcolor	122
Cuadro 43. Prestaciones sociales	122
Cuadro 44. Seguridad Social	123
Cuadro 45. Aportes parafiscales	123
Cuadro 46. Maquinaria y equipos	125
Cuadro 47. Muebles y enseres	126
Cuadro 48. Equipo de oficina	126
Cuadro 49. Inversión fija	127
Cuadro 50. Adecuaciones	127
Cuadro 51. Inversión diferida	127
Cuadro 52. Materias primas e insumos para foto documento. (Cédula, carné)	128
Cuadro 53. Materias primas e insumos estudios 15 x 20. (Cumpleaños, parejas)	129
Cuadro 54. Materias primas e insumos para estudios 20 x 30. (Grados)	129
Cuadro 55. Materias primas e insumos para estudios 30 x 40. (Quinceañeras, primeras comuniones, matrimonios)	130

Cuadro 56. Estudios estimados a vender	130
Cuadro 57. Materia prima año	130
Cuadro 58. Mano de obra directa	131
Cuadro 59. Mano de obra indirecta	132
Cuadro 60. Mantenimiento de equipos	132
Cuadro 61. Depreciación	133
Cuadro 62. Valores unitarios servicios y arriendo	133
Cuadro 63. Costos del servicio	133
Cuadro 64. Seguro de maquinaria y equipos	135
Cuadro 65. Gastos de Administración y Ventas	135
Cuadro 66. Capital del trabajo	136
Cuadro 67. Inversión total del proyecto	136
Cuadro 68. Costos fijos y variables	137
Cuadro 69. Costos totales	138
Cuadro 70. Precio de venta	138
Cuadro 71. Egresos	139
Cuadro 72. Ingresos proyectados estudios fotográficos. (Pesos constantes)	139
Cuadro 73. Estado de resultados	140
Cuadro 74. Flujo de caja	141
Cuadro 75. Balance general consolidado	142
Cuadro 76. Punto de equilibrio de la empresa	144
Cuadro 77. Valoración del impacto ambiental	146
Cuadro 78. Mitigación de riesgos	147
Cuadro 79. Cálculo de la tasa de oportunidad del mercado	148
Cuadro 80. Valor presente neto	149
Cuadro 81. Período de recuperación	150
Cuadro 82. Razones Financieras	150

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. FORMATO ENCUESTA	159
ANEXO B. COTIZACIONES VARIAS	162

## RESUMEN

**TÍTULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS FOTOGRÁFICOS EMKCOLOR FOTOGRAFÍA DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES (SANTANDER)\*

**AUTORES:** ANGARITA BERTEL, Ricardo  
MALAGÓN MARTÍNEZ, Edgar.\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Fotografía, Empresa, Digital, Photo Shop, Tecnología, Retoque

### DESCRIPCIÓN

Este trabajo está encaminado a crear una empresa de estudios fotográficos, que ofrezca a la ciudadanía en general de Sabana de Torres, el servicio de toma de estudios fotográficos según sea la necesidad, estableciendo la modalidad preferida ya sea foto documento, o para otros eventos como cumpleaños, grados, matrimonios, quinceañeras etc.. Para lo cual, se realiza una investigación exploratoria descriptiva, donde se pudo conocer que actualmente el 90% de la población encuestada requiere de por lo menos un estudio al año.

Por este motivo, se propone la estructura técnica y la logística requerida para la puesta en marcha de la empresa, la organización administrativa, el estudio y análisis financiero que muestra un VPN de \$35.295.311 y una TIR de 37,06% positivas las cuales son atractivas para el inversionista.

Dentro de su razón de ser hace un gran aporte social ya que genera seis empleos directos y uno indirecto, así como desde el punto de vista ambiental los residuos tanto líquidos como sólidos se les aplica el respectivo plan de mitigación. Se deja entrever desde el punto de vista investigativo, financiero, social y ambiental su viabilidad.

Los factores determinantes del tamaño del proyecto, no presentan limitaciones debido a que los recursos físicos, humanos e insumos, técnicos, se tienen en entorno local, regional y nacional.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. IPRED, Gestión Empresarial, Director. Luis Francisco Hernández Acevedo. Magister en Administración.

## ABSTRACT

**TITLE:** FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A NEW POINT OF SALE OF THE CENTER OF PHOTOGRAPHIC STUDIES EMKCOLOR DIGITAL PHOTOGRAPHS IN SABANA DE TORRES CITY (SANTANDER)\*

**AUTORS:** ANGARITA BERTEL, Ricardo  
MALAGON MARTINEZ, Edgar\*\*

**KEY WORDS:** Photography, Company, Foxglove, Photo Shop, Technology, Retouch

### DESCRIPTION

This project is directed to create a company of photography studies, which offers to the citizenship in general of Sabana de Torres the service of capture of photography studies as is the need, establishing the modality preferred already it is a photo document, or for other events like birthday, degrees, marriages, teenagers etc.. For which, there is realized an exploratory descriptive investigation, where it was possible to know that nowadays 90% of the population needs at least a study in a year.

For this motive, it proposes the technical structure and the logistics needed for the putting on going of the company, the administrative organization, the study and financial analysis proves a NPV of \$35.295.311 and one positive IRR of 37,06% which are attractive for the investor.

Inside its recison it does a great social contribution since it generates six direct employments and indirect one, as well as from the environmental point of view the both liquid and solid residues have respective plan mitigation in the investigation point of view, financially, socially and environmental it is viable.

The determinants of the size of the project and not have limitations due to physical, human and inputs, technical, are taken into local, regional and national environment.

---

\* Project of Degree

\*\* Institute of Regional Projection and Education distantly. Business Management IPRED, Director. Luis Francisco Hernández Acevedo. Master in Management.

## INTRODUCCIÓN

Con la actividad económica que se presenta en la ciudad de Barrancabermeja, a raíz del proceso de exploración y refinación del petróleo, se han desarrollado actividades en torno a la fuerza laboral que dedicada principalmente a esta labor ha permitido el crecimiento de la ciudad, tanto en el entorno poblacional como empresarial a través de las unidades productivas formales e informales pertenecientes a los diversos sectores económicos como lo son el industrial, comercial y de servicios siendo este último donde se encuentra la empresa Emkcolor fotografía digital.

Emkcolor ha tenido presencia por 10 años en el mercado local, la cual se dedica a la realización de estudios fotográficos manejando la técnica del photo shop, tecnología digital y el retoque de acuerdo a las necesidades del cliente, dando giro hacia los avances tecnológicos en fotografía digital, con la permanencia de un negocio que pese al uso de cámaras para aficionados y profesionales requiere para eventos especiales la contratación de fotógrafos para la toma de sus fotografías, digitalización e impresión de las mismas, situación frente a la cual hay que anotar que presenta competencia en los diversos sectores de la ciudad con otros centros de estudios fotográficos.

Por lo anteriormente mencionado, visualiza la expansión del negocio hacia municipios vecinos de donde ha recibido solicitudes para toma de fotografías en eventos especiales dentro de los cuales Sabana de Torres es el municipio de mayor número de llamados, pese a que hayan sitios y personas que toman fotografías no cuentan con tecnologías innovadoras sino que se hacen foto montajes y se requiere del photo shop, observándose que existe la necesidad que tiene la población en general de dicho municipio, de contar con una alternativa que actualmente no posee como lo es tener un estudio fotográfico en el municipio,

para las necesidades de toma de fotografías en los eventos que con mayor satisfacción y agrado quieren dejarse plasmados en imágenes perdurables.

Con la finalidad de conocer sobre la realización de un estudio que permita conocer la viabilidad de la puesta en marcha de una empresa de estudios fotográficos en el municipio de Sabana de Torres, se realizan los siguientes estudios:

Un estudio de mercados, buscando conocer la demanda, la oferta, el mercado potencial, objetivo, los canales actuales de comercialización la publicidad y promoción a implementar, en el cual debe hacerse una investigación de carácter exploratoria descriptiva que permita conocer la aceptación del nuevo punto de venta y que esperan los clientes frente a las nuevas técnicas del photo shop.

Una vez conocido el mercado se procede a definir la estructura técnica que amerita la puesta en marcha del centro de estudios fotográficos teniendo en cuenta la capacidad para la prestación del servicio, los recursos requeridos, considerando el proceso y los diversos estudios a ofrecer, para lo cual se analiza la infraestructura adecuada, distribución de la planta y la logística de esta distribución.

Conocida la estructura técnica del negocio, se analiza la forma de poner en marcha la empresa, ideando su creación como persona natural, la estructura administrativa, con los perfiles para el logro de un óptimo desarrollo organizacional, se consulta en la Cámara de Comercio de Barrancabermeja donde está ubicada la sede principal, confirmando la posibilidad de crear este nuevo punto.

Posteriormente, se elaboran las proyecciones financieras en la búsqueda de conocer los ingresos, egresos, punto de equilibrio y la rentabilidad del mismo; los impactos social y ambiental.

Terminados los análisis y el diseño del plan para la puesta en marcha se da a conocer la viabilidad del proyecto y lo favorable de poner este nuevo punto de venta en marcha, resultados que se muestran a lo largo de este trabajo.

# 1. GENERALIDADES

## 1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Para el proyecto a adelantar, se pretende analizar el sector de la industria fotográfica a nivel internacional, nacional y la presencia de los estudios fotográficos a nivel local, del cual se presentan los aspectos más relevantes.

La fotografía ha sido el puente de unión entre el siglo XIX y el siglo XXI. Desde sus primeros pasos, en el año por 1839, la fotografía ha servido de documento vivo para la historia de la humanidad.

Su carácter documental la ha ubicado en el centro de la comunicación visual, encontrando la tierra de germinación, principalmente, en la publicidad, el arte y el periodismo. Hoy, después de medio siglo de televisión, radio, Internet y las nuevas tecnologías digitales han ampliado al máximo de la experimentación y la creatividad su poder<sup>1</sup>.

Se analiza entonces el comportamiento de la industria de la fotografía a nivel mundial, nacional y local como sigue:

**1.1.1 Análisis del entorno económico de la industria fotográfica a nivel internacional.** Para analizar la economía de la industria fotográfica, es clave la evolución que desde el punto de vista tecnológico ha tenido el sector, puesto que se ha experimentado en la última década un cambio profundo en la composición y evolución de mercado, debido a que la tradicional fotografía analógica de la cual a partir del 2008 ya no se registran datos queda atrás y pasa

---

<sup>1</sup> KREIBOHM, Mónica. La evolución de la fotografía. Recuperado 15 de Septiembre de 2012. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/fotointro/>.

a ser reemplazada por la fotografía digital, con las nuevas técnicas del photo shop y retoques, lo cual permite captar y lograr mejores imágenes<sup>2</sup>.

De igual forma, se ha podido conocer que en cuanto a la distribución, el sector de la fotografía ha pasado de componerse por numerosas empresas familiares para posicionarse como grandes compañías, donde la franquicia tiene un papel relevante. Esta concentración viene motivada por la necesidad de ofertar los nuevos productos y servicios que la era digital incorpora al mercado, siendo el principal reto que deben asumir las compañías para diferenciarse de la competencia y por ende prestar un buen servicio caracterizado por la calidad fotográfica<sup>3</sup>.

Se observa que a nivel internacional el mercado global de la fotografía e imagen ha superado ampliamente las expectativas para el 2010. La euforia del sector foto/imagen está más que justificada por el crecimiento del 40% de la cifra de negocios en estos últimos años, según acaba de hacer público la Asociación de la Industria Fotográfica Alemana, organizadora de la feria bienal Photokina<sup>4</sup>.

De hecho la tendencia de la tecnología y el estar a la vanguardia de ésta en materia fotográfica no sólo a nivel empresarial sino personal ha hecho que el mercado mundial de cámaras también experimente en el 2010 un nivel de crecimiento sin precedentes, por la adquisición y renovación de éstas; ventas que han sido de 81 millones en el 2001 hasta 141 millones para el 2010, según se reporta cautelosamente desde la feria bienal Photokina<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> FIRA DE BARCELONA, El sector de la fotografía y la imagen. Septiembre 15 de 2012. Disponible en: [http://www.firabcn.es/contenidos/uploads/portal/resources/files/BEA%20Repository/desktop/efiraSalones/S027009/FiraDestacat/general/Informe\\_Sonimagfoto.pdf](http://www.firabcn.es/contenidos/uploads/portal/resources/files/BEA%20Repository/desktop/efiraSalones/S027009/FiraDestacat/general/Informe_Sonimagfoto.pdf)

<sup>3</sup> Ibíd. p.1.

<sup>4</sup> LÓPEZ, Manuel. Euforia en el sector foto imagen. Septiembre 15 de 2012. Disponible en: <http://www.periodistas-es.org/myblog/manuel-lopez/euforia-en-el-sector-foto-imagen-por-el-crecimiento-espectacular-de-las-ventas-de-cámaras>.

<sup>5</sup> Ibíd. p. 1.

De igual forma, se observa que cada vez más personas se visten con sus fotografías, o las ostentan en calendarios, tarjetas de felicitación y vajillas. Esto hace que haya un impulso favorable en el sector especialmente para las agencias o centros de estudios fotográficos debido a que en esta era de la tecnología digital, los objetos con fotos estampadas en su superficie representan un segmento exitoso y lucrativo del mercado de impresiones fotográficas. La tecnología, que asestó un duro golpe a la industria de impresiones sobre papel fotográfico, está rescatando ahora dichas impresiones en artículos estilo souvenirs, foto tarjetas, postales, agendas, logrando un crecimiento y posicionamientos con gran favorabilidad del sector.

Por lo cual se han hecho presentes numerosas empresas en internet, encabezadas por Shutterfly, KodakGallery.com de Eastman Kodak y Snapfish.com de Hewlett Packard Co., que ofrecen varias novedades con fotografías impresas, desde adornos de cristal hasta tarjetas postales personalizadas, llaveros, camisetas, bolsos, tazas, pasteles de cumpleaños, paletas y pequeños tapetes sobre los que se desliza el "ratón" de la computadora<sup>6</sup>.

Es de resaltar que la empresa Kodak y la japonesa Fujifilm Holdings Corp. se dividieron durante años el mercado tradicional de impresiones fotográficas. Ahora presentan nuevas tecnologías y sociedades diseñadas para apuntalar las erosionadas utilidades de la venta de películas fotográficas, con la oferta de artículos personalizados en las tiendas.

**1.1.2 Análisis del entorno económico de la industria fotográfica a nivel nacional.** La industria de la fotografía en Colombia ya no se revela como antes. Las salas de fotocurado, ampliadoras y cubetas para los químicos, se quedaron

---

<sup>6</sup> GATGEDMANIA. La industria fotográfica crea nuevos productos para resistir el empuje digital. Septiembre 15 de 2012. Disponible en: <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/gadgetmania/2007/04/24/la-industria-fotografica-crea-nuevos-productos-para-resistir-el-empuje-digital/>

bajo llave en el cuarto oscuro y ahora las imágenes del recuerdo viajan de cuando en cuando por comunidades virtuales y uno que otro espacio digital portátil. Y se comparten así, porque las que escasamente se plasman sobre el papel, provienen de un efímero proceso de retoque digital y el servicio de una rápida impresora de última tecnología.<sup>7</sup>

Es el reflejo del cambio en la línea de un negocio que mueve más de 1.000 millones de euros en el mundo y que en Colombia, de acuerdo con estadísticas de Nielsen a junio 30 de este año, ha crecido en la categoría de fotografía digital un 73%, superando de lejos a segmentos de audio y televisión, que antes eran los más tradicionales en Colombia<sup>8</sup>.

Una renovación que fue entendida por los protagonistas de este segmento tecnológico y que ha hecho que tanto fabricantes como distribuidores, cambien de lente y se enfoquen en la diversificación del mercado y la industria en sí<sup>9</sup>.

Eduardo Echavarría, gerente general de Foto Japón es uno de esos testigos y por eso tiene claro que “varias empresas de papel y película, han cerrado sus puertas. Las cámaras análogas ya no se producen y el rollo en un par de años tiende a desaparecer. En Foto Japón en el año 2000 vimos para dónde iba la industria y teníamos dos caminos: esperar a que la empresa se apagara o crear un negocio nuevo dentro de una compañía reconocida a nivel nacional”<sup>10</sup>.

Estrategia que sirvió para que además de revelar o imprimir imágenes, los más de 180 almacenes de este grupo se concentraran en ofrecer un portafolio de productos que de acuerdo con Echavarría, solucionaban las necesidades en el

---

<sup>7</sup> BOHÓRQUEZ AYA, Edwin. La revolución de la fotografía. Septiembre 15 de 2012. Disponible en: <http://www.elspectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso-revolucion-de-Fotografía>

<sup>8</sup> Ibíd. p. 1.

<sup>9</sup> Ibíd. p. 1.

<sup>10</sup> Ibíd. p. 1.

hogar. Y lo están logrando, pues de cada 10 clientes que entran a imprimir una fotografía, siete u ocho resultan comprando uno de sus “otros” productos, entre ellos, computadores, reproductores mp3, teléfonos, parlantes, cámaras digitales, impresoras, memorias y grabadoras<sup>11</sup>.

Respuesta provocada por la caída de precios del dólar y la amplia oferta de productos fáciles de manejar, que están ofreciendo masivamente los fabricantes.

“El disparo fue hace tres años, cuando se dio la masificación. Y los resultados se ven hoy cuando se observa que lo que antes costaba \$1 millón, hoy está por debajo de \$500.000”, explica Andrés García, gerente senior de la división audio y video de Samsung Colombia. Y agrega: “Antes la gente veía la fotografía como algo de profesionales, las fotos no salían bien y requería conocimientos, ahora las cámaras traen composición de luz y estabilizadores ópticos automáticos, que permiten sacar buenas fotos al inexperto”<sup>12</sup>.

Por eso el tema de los rollos pasó a un segundo plano y ahora lo importante es tener tarjetas de memoria con amplia capacidad y sumado a ello, una buena impresora en casa u oficina<sup>13</sup>.

“Lo que se está haciendo es brindar posibilidades infinitas de impresión, facilitando todos los eslabones de la cadena. El mercado en Colombia tiene mucho espacio para crecer y por eso lo que le decimos al consumidor es que compre la cámara y además el dispositivo para imprimir sus imágenes, las que mejor capturó y las que considere realmente buenas, que les ponga marcos, etiquetas y que haga tarjetas con fotos para sus fiestas por ejemplo, algo que no se podía hacer antes en casa”, relata María Ángela Espinosa, Gerente de Mercadeo del Grupo de Imagen e Impresión de HP Colombia.

---

<sup>11</sup> Ibíd. p. 1.

<sup>12</sup> Ibíd. p. 1.

<sup>13</sup> Ibíd. p. 1.

Tendencia creciente que en el 2007 hizo que los fabricantes de cámaras vendieran 100 millones de unidades en todo el mundo, registrando un aumento del 23% frente a las cifras de 2006. Y junto a ellas, la venta de porta-retratos digitales por cerca de \$150.000 cada uno, ha hecho que la gente prefiera llevar varias docenas de sus imágenes en memorias USB, para verlas allí, dejando a un lado la práctica de la impresión.

Algo que contrasta con una de las mayores peticiones de los clientes de Foto Japón, pues comenta Echavarría, “a nuestros almacenes llegan permanentemente diciendo que al computador o la memoria le entró un virus, que no encuentran las fotos y que les ayudemos a recuperarlas, al menos una, dicen”.

Por eso, el empresario insiste en que el negocio no se ha acabado, “ha cambiado y eso lo hemos entendido”, dice, y cuando habla de precios, aclara que el público que llega es igual al que llegaba en las épocas del revelado de rollos, porque el valor de las copias es el mismo por unidad (\$500). Pero aclara que los volúmenes anteriores eran muy superiores, porque se debían revelar rollos de 12, 24 o 36 imágenes, en cambio, ahora se imprime solamente la que escoge el usuario.

Entre tanto, Carolina Vásquez de Canon Latinoamérica, una de las firmas líderes en el negocio, comenta que esta revolución de la fotografía es producto de una transformación gigante; “la utilización de la nueva tecnología ha propiciado una simplificación de procesos, desde un cambio en la cámara hasta un cambio en la mentalidad y la forma de realizar las imágenes. Hoy el usuario puede controlar todos los procesos creativos, desde la selección de la realidad hasta la imagen final”.

Es la radiografía de una industria que ha hecho que segmentos como el del revelado de diapositivas prácticamente haya desaparecido, que el uso de químicos en el cuarto oscuro sea cosa del pasado y que las cámaras de rollo ya no las produzcan los fabricantes masivamente, sino que escasamente se hayan

convertido en la opción “de un solo uso” o desechables. Por eso la tecnología más que imágenes impresas, está dejando la historia familiar guardada en uno que otro álbum virtual.

“Para el fotógrafo de prensa la fotografía digital ha permitido concentrarse más en el contenido que en la parte técnica. Entonces la calidad de las imágenes es muy superior a la que podíamos hacer antes, cuando se estaba en condiciones extremas. Y a nivel informativo tenemos la inmediatez de tomar la foto y, máximo tres minutos más tarde, presentarla a los lectores en los sitios web de los medios”.

De acuerdo con las cifras de Hewlett-Packard Colombia, sus ventas respecto a los productos fotográficos este año han crecido en un 20%, comparadas con las estadísticas del año pasado. Y Samsung por su parte informó que al cierre del primer semestre de 2008, logró una participación del mercado de audio y video del 32% en unidades, donde aparece su segmento de fotografía, quedándose de esta forma con el primer lugar de la fotografía digital en el país. Del total de este mercado, el 47% está concentrado en cámaras de 7 megapíxeles, pero la tendencia dice que los usuarios ya están buscando mejor definición en la imagen y por eso el segmento que prevé mayor crecimiento con la dinámica de compras de Navidad es el de 8 megapíxeles, que hoy tiene el 31% de la composición de ventas, respecto a las últimas cifras de AC Nielsen, a junio 30 de 2008 en Colombia<sup>14</sup>.

### **1.1.3 Empresa Emkcolor fotografía digital.**

- **Inicio de la empresa.** La empresa Estudios Fotográficos Edgar Malagón Martínez Fotografía Digital, tiene su inicio desde hace diez años

---

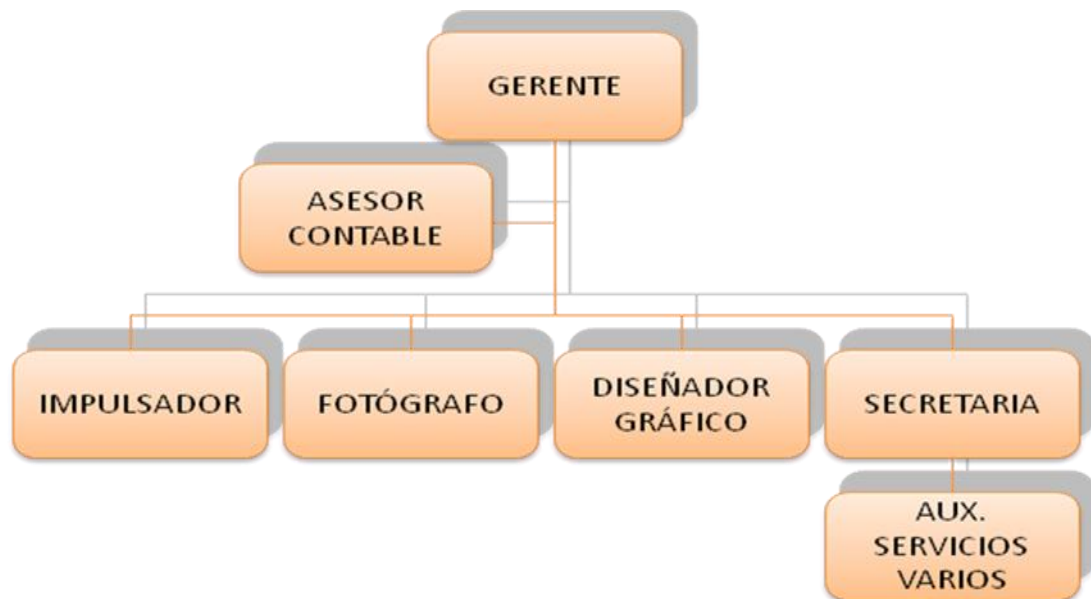
<sup>14</sup> BOHÓRQUEZ AYA, Edwin. La revolución de la fotografía. Septiembre 15 de 2012. Disponible en: <http://www.elspectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso-revolucion-de-Fotografía>.

aproximadamente, con el conocimiento empírico de su propietario como fotógrafo quien es el Gerente señor EDGAR MALAGÓN MARTÍNEZ, en compañía con su esposa decide formalizar la actividad comercial como persona natural.

El primer sitio de ubicación de su empresa fue en la carrera 19 No. 56-35 barrio Galán, después en la zona industrial, en la avenida del SENA, luego se trasladó al edificio Riviera en la carrera 28 con Avenida del Ferrocarril de la ciudad de Barrancabermeja, en el local No. 105, posteriormente se trasladó a la calle 49 con carrera 17-57 2 PISO llamada Zona Rosa Comercial de Barrancabermeja donde funciona actualmente; en esta ubicación tiene ventajas como es cercanía, fácil acceso y mucha afluencia de la ciudadanía en general.

- **Constitución de la empresa.** La empresa de estudios fotográficos, está constituida como persona natural y el código CIU que le corresponde es K749404.
  
- **Composición de la empresa.** La estructura organizacional está compuesta por:
  - **Área Administrativa.** Conformada por El Gerente, Secretaria y Auxiliar de servicios varios.
  
  - **Área Operativa.** Conformada por Impulsador, Fotógrafo y diseñador gráfico.
  
  - Adjunto se presenta organigrama con talento humano de la empresa:

Figura 1. Estructura organizacional de la empresa.



Fuente: Empresa Emkcolor Fotografía Digital.

De acuerdo al organigrama presentado actualmente la empresa con este talento humano no sólo ha logrado permanecer en el mercado por más de diez años con estudios fotográficos sino que ha extendido su portafolio de productos en dos nuevas líneas que son el diseño gráfico e impresión publicitaria y los souvenirs para empresas dentro de los cuales están mugs, llaveros, lapiceros, cacuchas, bolsos, camisetas entre otros, según los requerimientos especiales de cada cliente o empresa.

## 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO DE SABANA DE TORRES Y SU ZONA DE INFLUENCIA

**1.2.1 Aspectos geográficos.** La realización del proyecto se encuentra en el municipio de Sabana de Torres, departamento de Santander en Colombia, entre Bucaramanga y Barrancabermeja<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Ibíd p.1.

Figura 2. Municipio de Sabana de Torres.



Fuente: Web colombia turismo<sup>16</sup>.

El municipio de Sabana de Torres se encuentra ubicado geográficamente al Noroeste del Departamento de Santander, en la región denominada por el departamento, como Magdalena Medio Santandereano. Fue fundado por José María Torres y Familia, el 29 de noviembre de 1973.

#### 1.2.1.1 Cobertura geográfica.

- **Límites.** Son los siguientes<sup>17</sup>:

**Norte.** Partiendo de la desembocadura de la Quebrada Doradas sobre el río Lebrija, de este río aguas abajo hasta su confluencia con el río Chocoa o Santos Gutiérrez, delimitando con el Municipio de Rionegro.

---

<sup>16</sup> COLOMBIA TURISMO. Recuperado el 15 de febrero de 2013. Disponible en: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/SABANA%20DE%20TORRES/SABANA%20DE%20TORRES.htm>

<sup>17</sup> Ibíd. p. 1.

**Occidente.** Río Chocóa o Santos Gutiérrez, aguas arriba, hasta Puerto Escondido, de aquí en línea recta hasta Caño Peruétano en el punto donde desemboca en este Caño el Caño Negro, sigue el Caño Peruétano hasta Ciénaga de Paturia o Paredes y atraviesa la Ciénaga de la Quebrada La Gómez, sigue esta Quebrada y luego la Quebrada de La Cristalina hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el punto en donde desemboca en el río Sogamoso la Quebrada Payoa, delimitando con el Municipio de Puerto Wilches.

**Sur.** Río Sogamoso hasta donde desemboca en este río el Río Sucio, delimitando con los Municipios de Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí, sigue Río Sucio aguas arriba hasta donde desemboca en este río la Quebrada Gomero, delimitando en este último trayecto con el Municipio de Girón.

**Oriente.** La Quebrada Gomero aguas arriba hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el nacimiento de la quebrada Doradas; de esta quebrada aguas abajo hasta su desembocadura sobre el río Lebrija, punto de partida de esta demarcación delimitando con el costado oriental con los municipios de Girón y Lebrija.

- **Extensión total.** 1.428,3647 Km<sup>2</sup>.
- **Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar):** Altura de 110 msnm.
- **Temperatura media.** Temperatura media: 28,5°C° C.
- **Distancia de referencia.** Distancia desde Bucaramanga de 110 km, por la vía Barrancabermeja y la Troncal del Magdalena Medio.

**1.2.2 Entorno económico de la industria fotográfica en Sabana de Torres.** El sector de los estudios fotográficos a nivel local ha hecho presencia con los sitios donde actualmente están tomando fotografías como foto Luke, con más de quince años en la ciudad y foto Sabana, dedicada solo a la toma de fotografías, iniciando con la fotografía análoga que actualmente ha mejorado por los foto montajes, ambas ubicadas en el centro del municipio de Sabana de Torres.

También se han vinculado al sector papelería Díaz Gallego que es un almacén de variedades que ha abierto desde hace 10 años y desde hace 5, cuenta con el servicio de toma de fotografías y fotografía frente a cremas con el mismo tiempo en el mercado.

Cabe resaltar, que esta labor inicia con simples fotografías familiares, de eventos como cumpleaños, primeras comuniones, matrimonios, labor que se realizaba en la casa del interesado y que pasó a tomar auge de cada motivo del cliente según su interés de donde surge la idea de trasladarse al centro fotográfico, por lo cual a través del tiempo se han adecuado las instalaciones para que puedan tomarse estudios específicos según la necesidad del cliente, mostrando gran interés de la población en estar en permanente contratación de estos servicios.

Todos estos aspectos que pueden conocerse por la observación directa, permiten concluir que el sector para la toma de fotografías y estudios fotográficos, así como el direccionamiento de este servicio ha tomado un auge que ha crecido y se ha mantenido en el mercado local con miras de la solicitud cada día más con una demanda no sólo creciente sino permanente del servicio que va ligada al crecimiento y expansión demográfica del municipio.

## **1.3 ASPECTOS LEGALES**

**1.3.1 Ley 44 de 1993. Artículo 6.** Se refiere al Registro Nacional de Derecho de Autor, el cual es un servicio gratuito sin ninguna contraprestación económica para

el ciudadano que presta el Estado a través de la Unidad Administrativa Especial Dirección Nacional de Derecho de Autor, entidad adscrita al Ministerio del Interior y de Justicia, en su sede única sin regionales ubicada en la ciudad de Bogotá, D.C., cuya finalidad es la de brindar y otorgar a los titulares de derecho de autor y derechos conexos a un medio de prueba y de publicidad a sus derechos, así como a los actos y contratos que transfieran o cambien ese dominio amparado por la ley.

**1.3.2 Ley 603 de 2000.** Por la cual se modifica el artículo 47 de la Ley 222 de 1.995, en su Informe de gestión, el cual deberá contener una exposición fiel sobre la evolución de los negocios y la situación económica, administrativa y jurídica de la sociedad; así como: Los acontecimientos importantes acaecidos después del ejercicio, la evolución previsible de la sociedad, las operaciones celebradas con los socios y con los administradores, el estado de cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor por parte de la sociedad.

**1.3.3 Decreto 410 de marzo 27 de 1971.** Por el cual se expide el Código de Comercio. El cual trata de la aplicabilidad de la ley comercial.

**1.3.4 Ley 905 de 2004.** Publicada en el diario oficial No. 445.628, de 2 de agosto de 2004, “Por medio del cual se modifica la **Ley 590 de 2000** sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES) colombiana y se dictan otras disposiciones, con el fin de brindar ventajas económicas y generar mejores condiciones económicas para su creación y operación.

**1.3.5 Ley 100 de 1993.** Esta ley regula los pagos y prestaciones sociales o de seguridad social a que tiene derecho todo trabajador. El contenido del sistema general de seguridad social está compuesto por pensiones, salud y riesgos profesionales.

**1.3.6 Ley 99 de diciembre de 1993.** Sirve para dar los lineamientos respectivos en materia del manejo ambiental de las empresas y el cumplimiento que éstas deben tener en miras a la preservación del medio ambiente evitando su deterioro y debido a las exigencias en la prevención de impactos ambientales para la creación de empresas más aún si se trata de material artesanal demostrar que no genera impactos negativos en el medio ambiente y obtener la respectiva licencia ambiental a que diera lugar según las CAS.

**1.3.7 Ley 1014 de enero de 2006.** Da fomento a la cultura del emprendimiento. Refiriéndose a las actitudes de la innovación del emprendedor, a la manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza, definiendo claramente los objetivos de un negocio y promoviendo el espíritu emprendedor tanto en la creación de empresas así como en el posicionamiento de la misma generando acciones hacia estos logros.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 General.** Elaborar un estudio de mercados, que permita determinar las características de la demanda, la oferta, precio, canales de comercialización, publicidad, y la promoción a través de una investigación exploratoria descriptiva para la creación de un centro de estudios fotográficos en el municipio de Sabana de Torres.

#### 2.1.2 Específicos.

- Determinar la demanda potencial y objetivo, para cuantificar las necesidades del servicio, utilizando la técnica de la encuesta.
- Establecer la actual oferta de estudios fotográficos existentes en Barrancabermeja, para conocer las condiciones en la prestación del servicio, a través de la observación directa en el municipio de Sabana de Torres.
- Identificar y analizar los precios manejados actualmente por los centros fotográficos existentes en Sabana de Torres y su zona de influencia, buscando establecer el precio promedio del mercado, consultando en la encuesta.
- Definir las estrategias de publicidad y promoción que permitan mostrar el servicio a prestar cotizando los medios locales como la radio, la televisión, avisos, vallas, pasacalles entre otros.
- Optar por el canal de comercialización ideal ya sea directo e indirecto de tal forma que se favorezca la puesta en marcha del centro.

## 2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

### 2.2.1 Definición, Usos y especificaciones.

- **Definición.** El servicio propuesto es un espacio de trabajo para la toma, desarrollo, impresión y duplicación de fotografías, con una sala de exhibición y un espacio para actividades relacionadas con la actividad.
- **Usos.** Este servicio se utiliza para el recuerdo personal de eventos sociales y actividades cotidianas en el entorno escolar, laboral, cultural y familiar entre otros, de acuerdo a la necesidad y requerimiento del cliente.
- **Especificaciones.** El servicio a prestar se caracteriza por la toma de estudios fotográficos, de acuerdo al evento o modalidad, entregándose fotos de varios tamaños según el estudio escogido. Para cada uno de ellos, las dimensiones y el tipo de papel se describen a continuación:

Cuadro 1. Especificaciones de los estudios.

ITEM	DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO	DIMENSIONES (cm.)	TIPO DE PAPEL
1.	FOTO DOCUMENTO	3 x 4	Térmico y Ribbon Fotográfico
2.	TAMANO PEQUEÑO – EVENTOS	15 X 20	Térmico y Ribbon Fotográfico
3.	TAMANO MEDIANO - EVENTOS	20 X 30	Térmico y Ribbon Fotográfico
4.	TAMANO GRANDE – EVENTOS	30 X 40	Térmico y Ribbon Fotográfico

Fuente: Empresa Emkcolor Fotografía Digital.

**2.2.2 Servicios sustitutos.** Dentro de los servicios sustitutos de un centro de estudios fotográficos están los videos que se realizan tanto de forma profesional como informal y de los cuales pueden captarse imágenes desde cámara de videos profesionales, cámaras fotográficas con opción de videos manejados por aficionados, hasta celulares e imágenes pintadas por la mano de un artista.

**2.2.3 Servicios complementarios.** Corresponden a aquellos que una vez tomada la fotografía sirven para guardarla o publicarla, dentro de los cuales están:

- Enmarcada de fotos.
- Foto álbum.
- Videos para los eventos.
- Publicidad fotográfica.

**2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio.**

- Tecnología digital que permite el mejoramiento de imágenes fotográficas y de retoque de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Ubicación del nuevo punto de venta, estratégicamente situado en el centro del municipio de Sabana de Torres donde hay mayor afluencia de habitantes.
- Diversificación de escenarios imaginarios, que permiten al cliente recrear diferentes imágenes en un solo lugar.
- Visualización a través del computador y escogencia de la foto preferida por los clientes.
- Destreza en aplicación del Photo Shop y tecnología.

Los anteriores se consideran atributos diferenciadores ya que los sitios de toma de fotografía en Sabana carecen de lo mencionado.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** La ciudadanía en general de Barrancabermeja (191.403 habitantes) y poblaciones vecinas como Puente Sogamoso, Puerto Wilches (31.503 habitantes incluido Puente Sogamoso), Puerto Parra (7.813 habitantes), Sabana de Torres<sup>18</sup> que requieran de estudios fotográficos para eventos personales, educativos y laborales.

**2.3.2 Mercado objetivo.** Para el presente proyecto son las personas del municipio de Sabana de Torres, y que según el censo del 2009 ascienden a habitantes 23.068, que proyectada al 1.2% que es el porcentaje de crecimiento en la población de Sabana asciende a 23.909 habitantes de los cuales 63% (15.063) corresponden a la población adulta y 37% (8.846) a menores de edad, se tienen en cuenta la población decisoria representa en los jefes de hogar que corresponden a 5.977 hogares<sup>19</sup>.

## **2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**2.4.1 La Demanda.** La demanda la constituyen la población en general que habita en el municipio de Sabana de Torres, que por motivos personales, educativos y laborales requieren de estudios fotográficos y el deseo de mantener el recuerdo de los momentos de grata recordación.

**2.4.2 Planteamiento del problema.** Los avances tecnológicos en fotografía digital, el bajo precio de compra de cámaras fotográficas, celulares con cámara, el desconocimiento de estos usuarios de los principios básicos para la toma de fotografías y el manejo de las funciones de las cámaras, han hecho que siga vigente el fotógrafo y los centros fotográficos porque “hoy en día todo el mundo

---

<sup>18</sup> MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES. Oficina de Planeación Municipal. Estadísticas de la población, registradas en el DANE. 2011.

<sup>19</sup> Ibídem p. 1.

toma fotos no importa la edad para ello”, pero se requiere del mejoramiento de las mismas, la impresión, una buena pose, aspectos que sólo maneja un profesional que tenga conocimiento de las imágenes captadas, de igual forma contar con la tecnología y los software de diseño exclusivos para el mejoramiento, retoque e impresión de las imágenes fotográficas que son muy costosas para una sola persona generan la necesidad de asistir a un centro de fotografía.

Así mismo, las necesidades que tiene la población en general del municipio de Sabana de Torres, de contar con nuevas alternativas para los estudios fotográficos, con miras a los eventos que con mayor satisfacción y agrado quieren dejarse plasmados en imágenes perdurables. En vista de la poca información secundaria existente y con la necesidad latente de conocer el mercado, se hace necesario desarrollar la presente investigación con el fin de conocer la demanda del servicio, los oferentes y los precios manejados a fin de buscar la oportunidad de penetrar en el mercado y posicionarse a nivel local con una imagen corporativa.

#### **2.4.3 Necesidades de la información.**

- Se requiere información sobre las necesidades, gustos y aceptación de la ciudadanía en general de los servicios de un centro de estudios fotográficos en Sabana de Torres.
- Es de vital importancia conocer la oferta en el servicio de centros fotográficos, las modalidades y precios manejados por ésta.
- Se hace necesario tener en cuenta los medios de publicidad de más acogida por parte de la población objetivo.
- Se nota la necesidad de Identificar el nivel de precios dispuestos a cancelar por la población objetivo por cada uno de los diferentes servicios

- En cuanto a los canales de comercialización manejados, se requiere constatar los actuales estableciendo los de mayor aceptación para el servicio a prestar.
- Es fundamental conocer las modalidades de estudios fotográficos preferidas por la población objetivo.

#### 2.4.4 Ficha técnica.

Cuadro 2. Ficha técnica de la investigación.

<b>FICHA TECNICA DE LA INVESTIGACION</b>	
Tipo de investigación	En la investigación se aplica un estudio de carácter exploratorio y descriptivo, ya que se parte de lo general del deseo de conservar las imágenes fotográficas hacia lo particular que es el de evento exclusivo o motivo de cada cliente.
Método de investigación	Para este tipo de investigación el método a utilizar es el inductivo, ya que se observa cómo se está atendiendo esta población actualmente y cómo espera ser atendida en miras de la prestación de un excelente servicio.
Fuentes de información	Es necesario la utilización de fuentes primarias y secundarias Fuentes primarias: Encuestas a la población general en el municipio de Sabana de Torres. Fuentes secundarias: Están los textos, normas, leyes y manuales que permiten manejar la técnica del photo shop, fotografía digital, reglamentación legal y webgrafía sobre el tema investigado. Lo consultado en entes como Cámara de Comercio, Dian, etc.
Técnicas de recolección de información	La encuesta.
Instrumento	Cuestionario estructurado. (Veáse anexo A)
Modo de Aplicación	Directa.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	La unidad de muestreo: Son las unidades habitacionales del municipio de Sabana de Torres.  El elemento muestral: Hombre o mujer que atienda o responda la encuesta.

FICHA TECNICA DE LA INVESTIGACION	
Proceso de muestreo	El proceso de muestreo a utilizar es el muestreo aleatorio simple.
Marco y Unidad Muestral	Hogares de Sabana de Torres (5.977).
Alcance	Municipio de Barrancabermeja.
Tiempo de aplicación	Entre el 20 y el 30 de octubre de 2012.

- **Cálculo del tamaño de la muestra.** La población objetivo corresponde a 23.909 habitantes de la ciudad de Sabana de Torres. El cálculo del tamaño de la muestra para este estudio se realiza de la siguiente forma:

$n$  = Tamaño de la muestra: 361.

$Z$  = 1,96 (Variable estandarizada para una significancia del 95%)

$P$  = 0,5 (Probabilidad de éxito) se desconoce el comportamiento de ocurrencia.

$q$  = 0,5 (Probabilidad de no éxito) se desconoce el comportamiento de no ocurrencia.

$N$  = Tamaño de la población: 23.908 habitantes representados por 5.977 hogares en Sabana de Torres<sup>20</sup>.

$e$  = 0,05 (Margen de error).

- **Cálculo del tamaño de la muestra.**

$$n = \frac{N(p \times q) \times Z^2}{Z^2(p \times q) + e^2 (N - 1)}$$

<sup>20</sup> MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES. Oficina de Planeación Municipal. Estadísticas de la población, registradas en el DANE. 2011.

$$n = \frac{5.977 \times (0,25) \times 3,8416}{3,8416 \times (0,25) + (0,05)^2 (5,977 - 1)} = \frac{5.740}{0,9604 + (0,0025)(5,977)} = \frac{5.740}{15,90} = 361 \text{ encuestas}$$

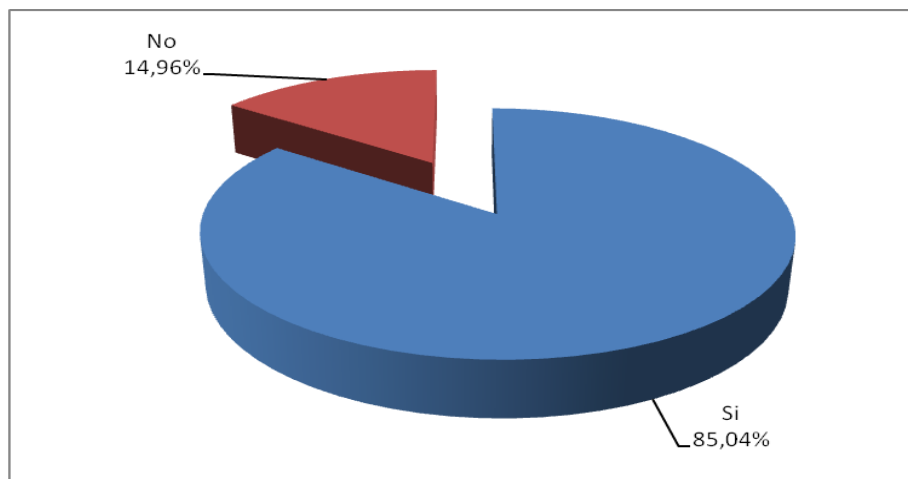
## 2.4.5 Tabulación, presentación y análisis de resultados.

Pregunta uno. ¿Conoce usted la fotografía digital?

Cuadro 3. Conocimiento de la fotografía digital.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	307	85,04%
No	54	14,96%
TOTAL	361	100%

Gráfica 1. Conocimiento de la fotografía digital.



Pese a lo manifestado por algunas personas existe poco conocimiento de este tipo de fotografías, se pudo identificar que existe un conocimiento general del 85,04% sobre lo que es la fotografía digital por parte de la población de Sabana de Torres, sobre la cual opinan que es muy importante debido a que se realiza con nuevas tecnologías que permiten mejores enfoques y por ende fotografías que pueden mejorarse presentando un mejor perfil de la persona fotografiada, permitiendo saber en este proyecto que el tema en estudio es conocido y se

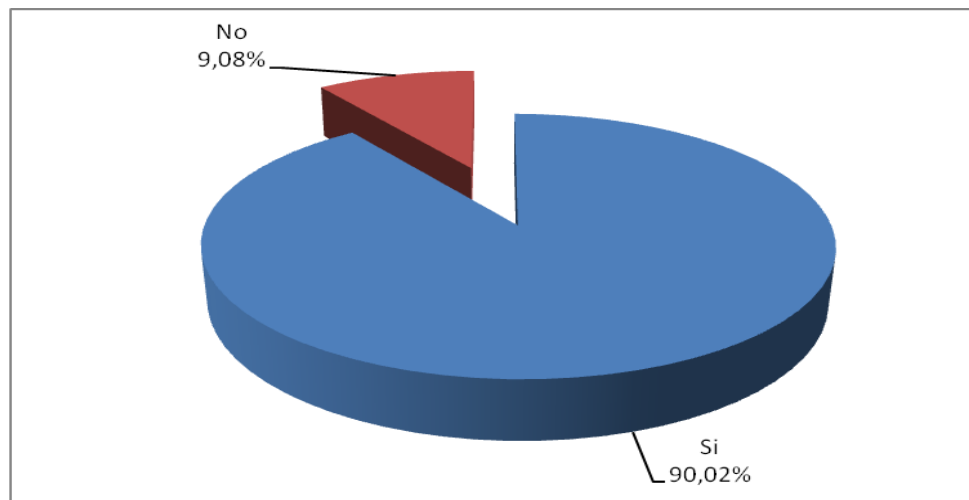
puede obtener la información necesaria y requerida para la prestación de este servicio.

Pregunta dos. ¿Requiere usted de la atención de un centro fotográfico?

Cuadro 4. Requerimiento de un centro fotográfico.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	325	90,02%
No	36	9,08%
TOTAL	361	100%

Gráfica 2. Requerimiento de un centro fotográfico.



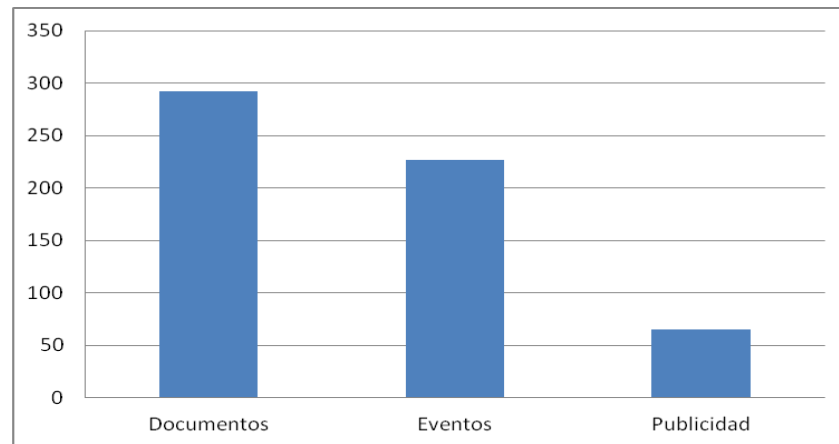
Se pudo conocer que el 90,02% de la población de Sabana de Torres requiere de los servicios de un centro fotográfico, por motivos de requisitos educativos, de exigencia laboral, de eventos o festejos personales. El 9,08% restante que no requiere este servicio se debe a que hacen la toma con cámaras que poseen ellos mismos, otras personas no les gusta tomarse fotografías, las toman con su celular y no les motivan las fotografías de centros fotográficos, mostrando este análisis que se demanda el servicio.

Pregunta tres. ¿Qué tipo de estudios fotográficos está actualmente solicitando en un centro fotográfico?

Cuadro 5. Servicios solicitados en un centro fotográfico.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Documentos	292	89,84%
Eventos	227	69,84%
Publicidad	65	20,00%

Gráfica 3. Servicios solicitados en un centro fotográfico.



Por ser la respuesta de selección múltiple el total de encuestas supera el número de encuestados. Según lo manifestado por la población de Sabana prevalece la solicitud de fotos para documentos, ya sean de carné para colegios, identificaciones empresarial, tarjetas de identidad, cédulas de ciudadanía, carné para entidades de salud entre las más comentadas, siguiéndole la de eventos como fiestas para quinceañeras, cumpleaños, grados y matrimonios principalmente, según sea la ocasión por hogar por lo menos una vez al año. De igual forma, se observa la necesidad de fotografías publicitarias, Por lo cual se analiza que el servicio debe expandirse o extenderse hacia estas líneas buscando penetrar y ganar un mercado que le permita a la empresa mantenerse o posicionarse.

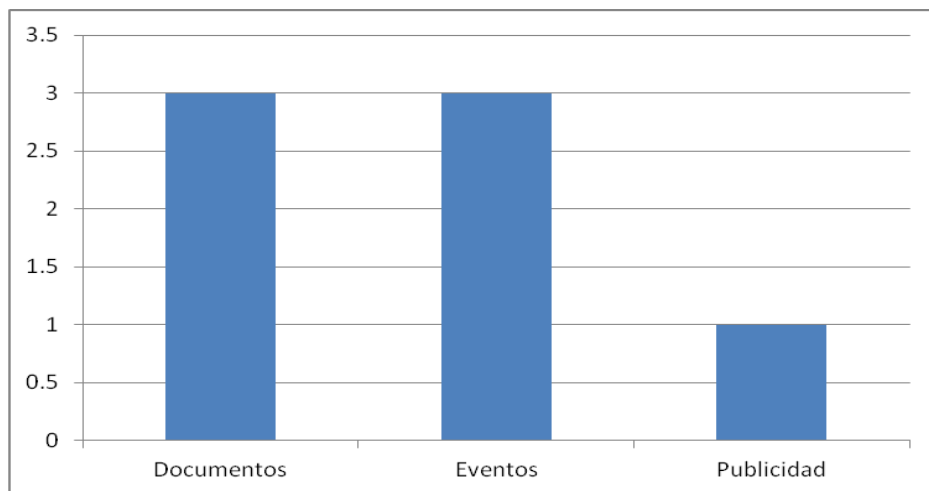
Pregunta cuatro. ¿Según el tipo de estudio fotográfico cuántos está solicitando por año en un centro fotográfico?

Cuadro 6. Cantidad anual de estudios solicitados en un centro fotográfico.

ITEM	CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Documentos	3	292	100%
Eventos	3	227	100%
Publicidad	1	65	100%

Según las respuestas dadas de acuerdo al estudio fotográfico más solicitado por los habitantes de Sabana, se pudo conocer que los que necesitan fotos para documentos requieren al año 3 estudios porque son generalmente para los hijos que están en etapa educativa y requieren cada año una foto nueva para los carnés respectivos, los que demandan fotos estudios para eventos tomarían por los menos tres por año ya sea por actividad de cumpleaños o graduaciones, dentro los eventos más comunes y la publicidad requerida se estima por una vez al año ya sea por negocios que en muchas ocasiones se tienen en la misma casa o actividades de carácter laboral o escolar.

Gráfica 4. Cantidad de estudios solicitados en un centro fotográfico.



Pregunta cinco ¿Qué presupuesto está dispuesto a invertir según el servicio solicitado?

Cuadro 7. Presupuesto dispuesto para foto documentos.

Cantidad	Xi	fi	Hi	Xihi
1.000 - 6.000	3.500	190	65,06%	2.275
6.001 – 12.000	9.000	73	25,01%	2.250
Más de 12.000	12.000	29	9,93%	1.200
TOTAL		292	100%	
PROMEDIO				5.725 = \$6.000

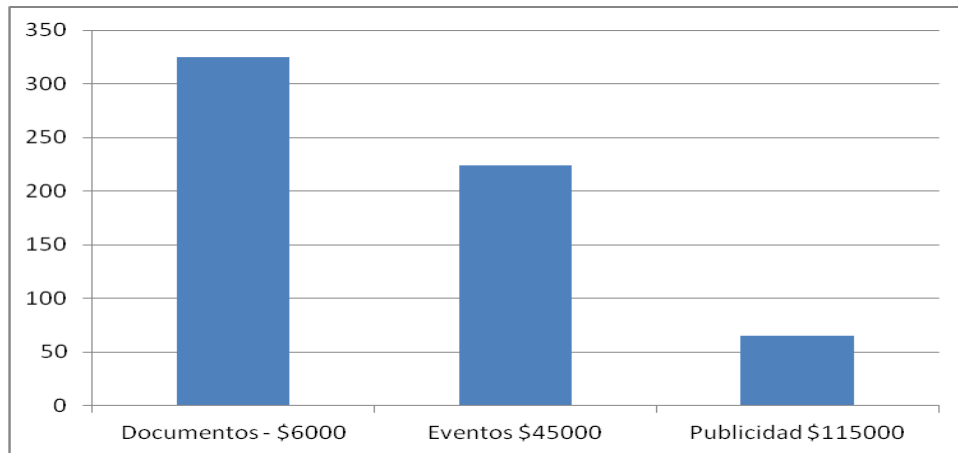
Cuadro 8. Presupuesto dispuesto para foto de eventos.

Cantidad	Xi	fi	Hi	Xihi
20.000 - 30.000	25.000	68	29,95%	7.500
30.001 – 40.000	35.000	45	19,82%	7.000
40.001 – 50.000	45.000	114	50,23%	22.500
TOTAL		227	100%	44.500
PROMEDIO				\$45.000

Cuadro 9. Presupuesto dispuesto para foto publicitaria.

Cantidad	(Precio)Xi	(Frecuencia)fi	(Porcentaje)Hi	(Promedio)Xihi
50.000 - 100.000	75.000	26	40,00%	30.000
100.001 – 150.000	125.000	26	40,00%	50.000
150.000 – 200.000	175.000	13	20,00%	35.000
TOTAL		65	100%	\$115.000
PROMEDIO				\$115.000

Gráfica 5. Presupuesto por tipo de fotos escogida.



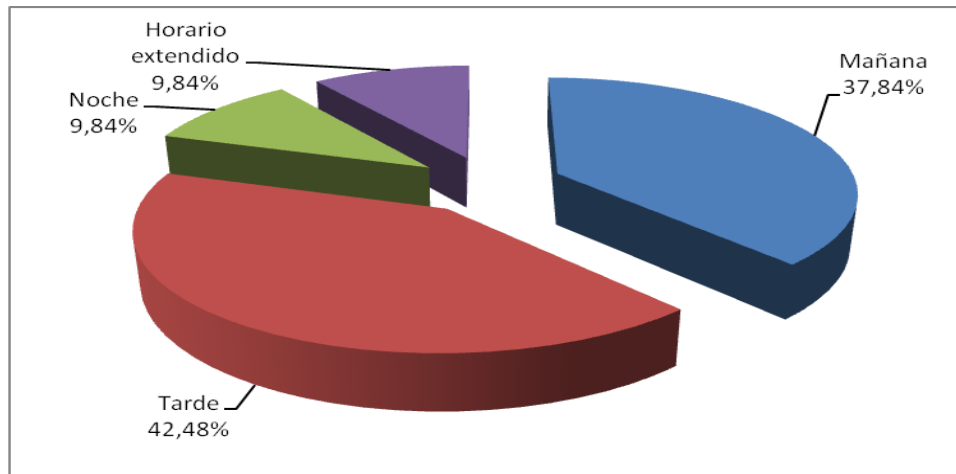
Se pudo conocer según las respuestas dadas por la población en general del municipio de Sabana de Torres, que el promedio que se está dispuesto a invertir según el tipo de fotografía es de \$6.000 para fotos de documentos, \$45.000 para un estudio fotográfico de eventos especiales y \$115.000 para las fotografías publicitarias, por lo cual se debe prever que el precio según los costos que tenga la empresa a crear debe mantener el promedio de los valores encontrados en el mercado y la disponibilidad presupuestal de los habitantes del municipio para este servicio.

Pregunta seis. ¿En qué horario preferiría asistir para tomar el servicio?

Cuadro 10. Horario para tomar el servicio.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	123	37,84%
Tarde	138	42,48%
Noche	32	9,84%
Horario extendido	32	9,84%
TOTAL	325	100%

Gráfica 6. Horario para tomar el servicio.



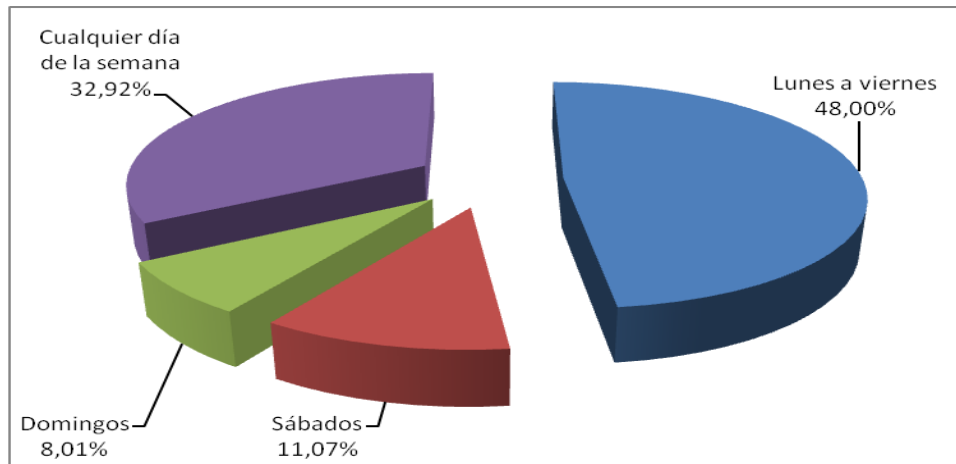
Según los resultados arrojados por la encuesta realizada, son diversas las horas en los que la población objetivo está dispuesta a ir a los centros fotográficos para solicitar el servicio, es de anotar que 42,48% prefieren la tarde, y la mañana con un 37,84%, pero no se puede descartar tener la disponibilidad en la atención del día mañana tarde y extender hasta la noche acomodando horarios para atender a los clientes.

Pregunta siete. ¿Qué días de la semana?

Cuadro 11. Día de la semana escogido para tomar el servicio.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes a viernes	156	48,00%
Sábados	36	11,07%
Domingos	26	8,01%
Cualquier día de la semana	107	32,92%
TOTAL	325	100%

Gráfica 7. Día de la semana escogido para tomar el servicio.



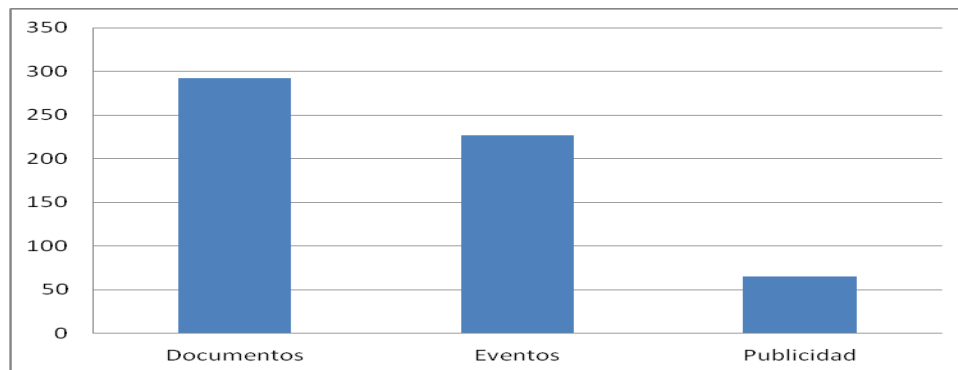
Se observa por parte de las respuestas dadas por los encuestados que son más solicitados o tomados en cuenta los días de lunes a viernes con un 48,00% para la asistencia de toma de fotografías en centros, pero se encuentra que los sábados al igual que los domingos también se requiere el servicio, pero en menor medida por lo que la nueva empresa debe prever por turnos la atención en el municipio de Sabana o un plan para atender eventos los fines de semana.

Pregunta ocho. ¿Actualmente qué centros fotográficos frecuenta para la solicitud de su servicio?

Cuadro 12. Centros fotográficos encontrados en Sabana de Torres.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Foto Luke	227	69,84%
Foto Sabana	114	35,07%
Díaz Gallego	26	8,00%
Frente a cremas	32	9,84%
Barrancabermeja	32	9,84%
Bucaramanga	32	9,84%

Gráfica 8. Centros fotográficos encontrados en Sabana de Torres.



Por ser la pregunta con opción de múltiple respuesta, se aclara que en más de un hogar no se toman estudios fotográficos en un mismo lugar sino que utilizan varias opciones.

Se encuentra que en Sabana de torres no existen empresas especializadas de fotografía, se presentan negocios alternos como papelerías, donde se dejan espacios para tomar fotografías, los cuales son muy pequeños como salones de 3x2 m<sup>2</sup>, éstos son principalmente características de foto Sabana, papelería Díaz Gallego y el que está ubicado frente a cremas de manera informal del cual no es muy recordado el nombre por sus habitantes. Otros deciden tomar sus fotografías en las ciudades de Barrancabermeja y Bucaramanga.

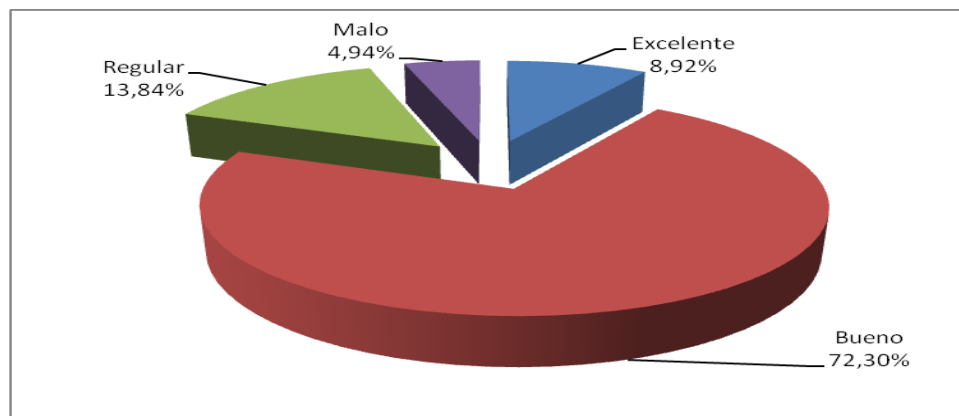
Foto Luke es la fotografía que sólo se dedica a esta labor pero no cuenta con técnicas de fotografía profesional especializada y equipos propios en esta área, sólo aplica foto montajes. Aunque la presencia de éstos centros fotográficos ha sido para foto luke de 15 años y para los demás de 10 años, se analiza que éstos carecen de innovación y tecnología. Por lo cual se visualiza que la empresa Emkcolor fotografía digital puede penetrar en el mercado, por el reconocimiento de la calidad, por la creatividad y la tecnología utilizada a través de la técnica del Photo Shop.

Pregunta nueve. ¿Qué concepto tiene del servicio prestado por el centro fotográfico donde toma sus fotografías actualmente?

Cuadro 13. Concepto del servicio prestado.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	29	8,92%
Bueno	235	72,30%
Regular	45	13,84%
Malo	16	4,94%
TOTAL	325	100%

Gráfica 9. Concepto del servicio prestado.



El 72,30% de la población que ha visitado algún estudio fotográfico ya sea de los encontrados en el municipio de Sabana de Torres, lo considera como bueno, debido a que las fotos salen bien, aunque no tengan tantas técnicas de retoque, por que a veces los colocan con fondo de paisaje, existe buena atención, buenos porque está ahí justo cuando se necesita tomar la foto, un 8,92% los considera excelentes, éstos corresponden a los que se toman fuera del municipio encontrando que una vez tomada la fotografía arreglan detalles, cuentan con buena nitidez, son amables, atienden bien, quienes manifestaron contar con un servicio regular se debe a que no cuentan con fondos adecuados, las fotos son normales sin arreglos, la imagen no sale bien, quien atiende toma la foto, no hace

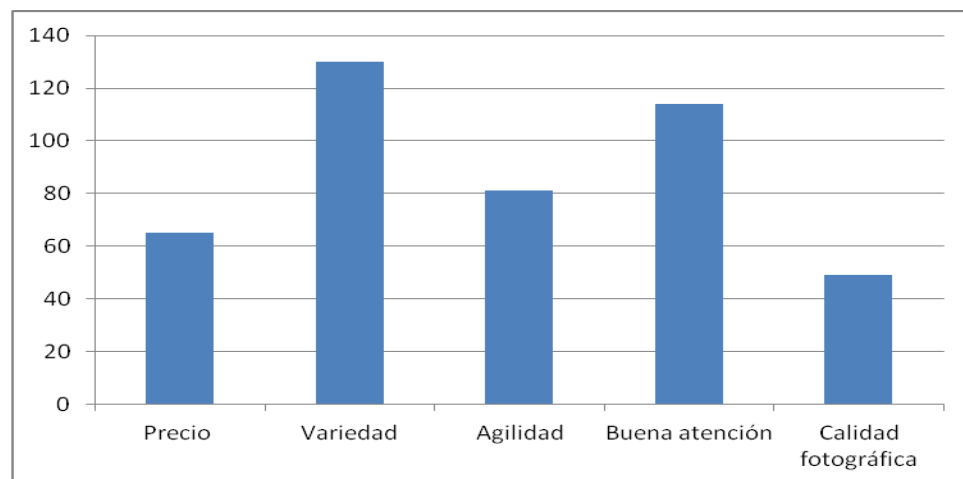
sentir a los clientes satisfechos, no son innovadores, un 4,94% considera que el servicio es de mala por calidad fotográfica y falta de amabilidad e interés que muestran al tomar la fotografía como que se toma la foto y no hacen sugerencia de poses entre otros aspectos.

Pregunta diez. ¿Qué aspecto determinante tiene usted a la hora de elegir centro fotográfico?

Cuadro 14. Aspecto determinante para elegir centro fotográfico.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	65	20,00%
Variedad	130	40,00%
Agilidad	81	24,92%
Buena atención	114	35,07%
Calidad fotográfica	49	15,07%

Gráfica 10. Aspecto determinante para elegir centro fotográfico



Por ser la pregunta con opciones múltiples el número de respuestas es superior a las personas encuestadas.

Según los resultados de la encuesta, para escoger el lugar donde se realice el estudio fotográfico que requiere la población de Sabana de Torres, prevalece con un 40,00% la variedad en la toma de la fotografía, tanto en los fondos, como los servicios de retoque, con un 35,07% la buena atención enfocada hacia la actitud de agrado y hacer sentir importante al cliente asesorando la mejor posición para escoger el mejor perfil que permitan una mejor fotografía, con un 24,92% la agilidad, 20,00% el precio, que debe ser acorde a los que cobran en sitios similares y la calidad fotográfica con un 15% dirigida a la impresión y nitidez de la misma.

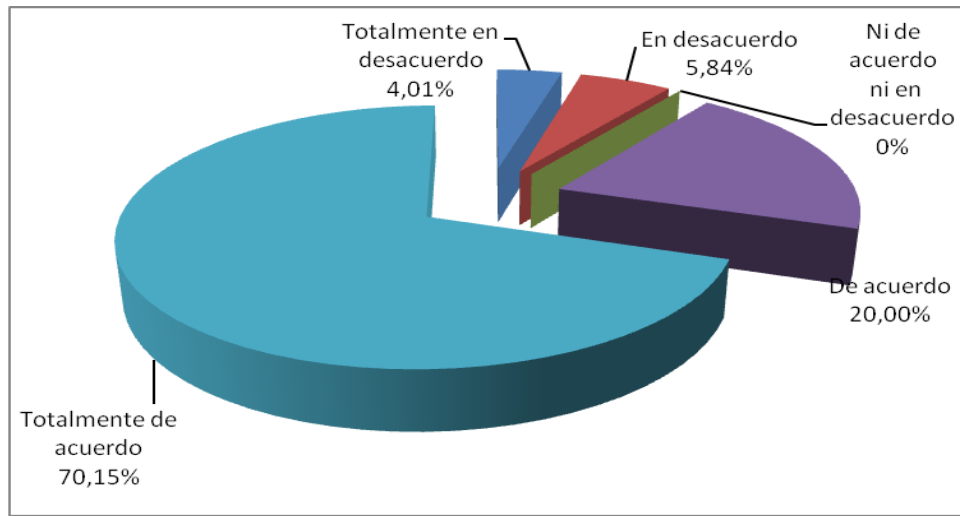
Por lo cual se analiza que la propuesta del nuevo centro fotográfico para Sabana de Torres deben contemplar los aspectos mencionados para lograr la satisfacción de los clientes.

Pregunta once. ¿Se requiere del servicio de fotografía digital en el municipio de Sabana de Torres?

Cuadro 15. Opinión sobre el requerimiento de un centro fotográfico.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	13	4,01%
En desacuerdo	19	5,84%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0,00%
De acuerdo	65	20,00%
Totalmente de acuerdo	228	70,15%
TOTAL	325	100%

Gráfica 11. Opinión sobre el requerimiento de un centro fotográfico.



Según las respuestas dadas por la población de Sabana se pudo conocer que están de acuerdo y totalmente de acuerdo el 90,15%% frente al requerimiento de un centro de estudios que cuente con toma de fotografías digitales ubicado en el municipio, porque los que hay no son centros fotográficos como tal, sino almacén de variedades donde también toman fotografías, deben mejorar el servicio y las fotografías mismas, porque de igual forma se tendría la oportunidad de diversidad, nuevas propuestas, innovación, se genera competencia y se benefician en general las personas que demandan el servicio, permitiendo deducir la aceptabilidad de la idea de crear este nuevo centro.

**2.4.6 Estimación de la demanda.** Tomado como base el trabajo de campo ya que no se conocen registro de estadísticas sobre el servicio de toma de fotografía o estudios fotográficos, se estima la demanda con base en las respuestas dadas sobre el requerimiento de un centro fotográfico la cual es del 90%, así como la clase y cantidad de estudios fotográficos como los son estudios fotográficos para documentos, eventos y publicidad por lo menos uno por hogar, así como el respectivo porcentaje de los que están de acuerdo o totalmente de acuerdo de tomar el servicio en un nuevo centro que es del 90%, según se analiza en las

respuestas a las preguntas dos, tres y diez, ver estimación de la demanda en el siguiente cuadro:

Cuadro 16. Estimación de la demanda según servicio.

ITEM	ESTUDIOS FOTOGRAFICOS DOCUMENTOS	ESTUDIOS FOTOGRAFICOS EVENTOS	ESTUDIOS FOTOGRAFICOS PUBLICIDAD
Hogares	5.977		
Requieren centro fotográfico 90%	5.379		
Aceptación de nuevo centro fotográfico 90%	4.841	4.841	4.841
Porcentaje requerido por estudio	90%	70%	20%
Estudios requeridos	4.357	3.389	968
Cantidad de estudios requeridos	3 anual	3 anual	1 anual
TOTAL	13.071	10.167	968

**2.4.7 Proyección de la demanda.** Dado que el consumo analizado es de la población de Sabana de Torres, se tiene en cuenta para la proyección de la demanda del servicio el índice de crecimiento de la población que es del 1.2%<sup>21</sup>, proyección que se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 17. Proyección anual de la demanda estudios fotográficos.

ITEM	DOCUMENTOS	EVENTOS	PUBLICIDAD
Año 0	8.714	6.778	968
Año 1	8.818	6.859	980
Año 2	8.924	6.941	992
Año 3	9.031	7.024	1.004
Año 4	9.139	7.109	1.016
Año 5	9.249	7.194	1.028

<sup>21</sup>ALCALDÍA MUNICIPAL DE SABANA DE TORRES. Oficina de Planeación Municipal. Archivos reportados por el DANE.

## **2.5 LA OFERTA**

### **2.5.1 Necesidades de información.**

- Cantidad de empresas dedicadas a la labor de fotografías en el municipio de Sabana de Torres.
- Clases de estudios más solicitados por la población objetivo.
- Datos sobre el promedio de los precios por estudio realizado.
- Necesidad del servicio a nivel empresarial y particular.
- Fortalezas y debilidades de la competencia.
- Horarios de atención.
- Criterios de calidad, precio y servicio.
- Estrategia publicitaria que se maneja en el sector.
- Número de empleados.
- Ubicación de los estudios de fotografía.
- Formas en que exigen el pago.

**2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia.** Según la investigación de mercados realizada se pudo confirmar que la oferta de estudios fotográficos en

Sabana de Torres está dada por sitios los cuales se relacionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 18. Descripción de la oferta de municipios cercanos.

NOMBRE	DIRECCIÓN	TAMAÑO	NÚMERO DE EMPLEADOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. FOTO LUKE	Centro de Sabana	Empresa o sitio sólo de toma de fotografías	1	15 años en el mercado.  Publicidad radial.  Horario de 8 a.m. a 12m. 2 p.m. a 6 p.m.  Dedicación exclusiva a toma de fotografías.	Toma de fotografías con fondos específicos.  Foto montajes.  Carece de Phot Shop.  Local pequeño.
2. FOTO SABANA	Centro de Sabana	Pequeña empresa	1	15 años en el mercado.  Publicidad radial.  Horario de 8 a.m. a 12m. 2 p.m. a 6 p.m.	Toma sólo de fotografías.  Local pequeño.
3. PAPELERÍA DÍAZ GALLEGO	Centro de Sabana	Empresa familiar de variedades	2	10 años en el mercado.  Se da a conocer por las ventas de artículos de papelería.  Horario de	Limitación en la toma de fotos, no cuenta con espacios adecuados para este trabajo.  Espacio limitado para la labor de toma de fotografías.

NOMBRE	DIRECCION	TAMAÑO	NÚMERO DE EMPLEADOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
				8 a.m. a 12m. 2 p.m. a 6 p.m.	
4. FRENTE A CREMAS	Centro de Sabana	Empresa familiar de variedades	2	5 años en el mercado.  Se da a conocer por las ventas de artículos de papelería.  Horario de 6 a.m. a 6 p.m.	Limitación en la toma de fotos, no cuenta con espacios adecuados para este trabajo.  Espacio limitado para la labor de toma de fotografías.

Fuente: Trabajo de campo, observación directa y encuesta realizada a los hogares de Sabana de Torres.

## 2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

La relación entre la demanda y la oferta del servicio de estudios fotográficos para el municipio de Sabana de Torres, se halla tomando como referencia la intención de adquirir el servicio por parte de la población la cual es de 88%, que es la población que se encuentra insatisfecha pese a existir lugares de toma de fotografía por no contar con la tecnología adecuada y calidad en el servicio, por lo que se analiza:

DEMANDA DEL SERVICIO. 90% de quienes están de acuerdo con un centro en Sabana de Torres.

OFERTA A SATISFACCIÓN. 10% No quiere tomar el servicio que está totalmente en desacuerdo.

DEMANDA INSATISFECHA. 90%, que según lo analizado en el trabajo de campo está de acuerdo y totalmente de acuerdo en un nuevo centro. Ver relación de la demanda en el siguiente cuadro:

Cuadro 19. Relación entre la demanda y la oferta.

ANO O	Fotos documentos	Fotos eventos	Fotos publicitarias
Demanda 90%	8.714	6.778	968
Oferta a satisfacción 10%	871	678	97
Demanda insatisfecha 90%	7.843	6.100	871

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** Para la comercialización de los servicios fotográficos se usa el canal directo ESTUDIO FOTOGRÁFICO – CONSUMIDOR FINAL, en esta estructura se evita el intermediario, el productor trata de manera directa el consumidor.

### 2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.

#### Ventajas.

- Eficacia y eficiencia en la prestación del servicio,
- Se evita el intermediario,

- El productor trata de manera directa con el consumidor,
- Rápida recepción de los requerimientos del servicio,
- Fácil canalización de sugerencias e inquietudes, lo cual permite satisfacción al cliente en lo que requiere.
- Máxima promoción.
- Mayor contribución marginal (mayor ganancia, menor comisión).

**Desventajas.**

- Mayor conexión, mayores costos.
- Mayor inversión de stocks.
- Administración más costosa.
- Financiamiento directo de las ventas.

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** Para la comercialización de los servicios fotográficos se usa el canal directo NUEVO PUNTO DE VENTA EMKCOLOR – CONSUMIDOR FINAL, en esta estructura se evita el intermediario, el productor se trata de manera directa con el consumidor.

Figura 3. Canales de comercialización actuales.



Presenta ventajas puesto que el cliente directamente escoge las fotos del estudio y solicita los retoques que les gustaría le hicieran a la foto, en cuanto a desventajas, son pocas pero se tiene en cuenta el tiempo de entrega de los servicios, ya que estos al ser personalizados podrían presentar demoras pues los clientes los demandan con detalles que hacen de las fotografías ser únicas e irrepetibles.

## 2.8 PRECIO

Para la fijación del precio se tienen en cuenta los costos, la demanda y oferta de servicio, el precio promedio manejado en el mercado, lo cual permite fijar un precio que permita la atención a los clientes logrando un margen de utilidad.

**2.8.1 Análisis de precios.** A continuación se presentan los precios de los servicios ofrecidos por la competencia. De su análisis se puede concluir que los precios de venta pueden ser variables de acuerdo a las condiciones existentes en el medio.

Cuadro 20. Precios en estudios fotográficos en Sabana de Torres.

CENTROS FOTOGRAFICOS	PRECIO FOTOS DE DOCUMENTOS	PRECIO FOTOS DE QUINCEAÑERAS	PRECIO FOTOS DE GRADOS	PRECIO FOTOS OTROS EVENTOS	PRECIO FOTOS DE EVENTOS
Foto Luke	\$6.000 x 4 fotos	\$ 55.000	\$ 35.000	\$ 30.000	\$7.000 c/u
Foto Sabana	\$5.800 x 4 fotos	\$ 60.000	\$ 32.000	\$ 35.000	\$7.500 c/u
Papelería Díaz Gallego	\$6.000 x 4 fotos	\$ 55.000	\$ 38.000	\$ 34.000	\$7.000 c/u
Frente a cremas	\$6.000 x 4 fotos	\$ 60.000	\$ 38.000	\$ 34.000	\$7.000 c/u

Fuente: Entrevista personalizada realizada en Sabana de Torres.

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** Estas estrategias están en función de la calidad, eficiencia, garantía; además de los precios de la competencia y el mínimo

costo que genera para el nuevo punto de venta fotográfico la prestación del servicio. En síntesis, la empresa usara la estrategia de manejar precios similares a la competencia y en la medida que la calidad del servicio muestre resultados positivos, éstos podrán variar, buscando siempre una mejor satisfacción de las necesidades de los clientes dentro de las expectativas esperadas. Cabe aclarar, que por la experiencia manejada de acuerdo a los retoques o photo shop en algunas personas o según el evento se podrían establecer precios especiales por solicitudes expresas del cliente en cuanto a una fotografía o estudio específico así como el tamaño, siempre tratando de atender al cliente y darle la mayor satisfacción acorde a lo solicitado.

## **2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

### **2.9.1 Objetivos.**

- Diseñar un programa que permita dar a conocer los servicios ofrecidos por el nuevo punto de venta de Emkcolor en Sabana de Torres.
- Definir las estrategias publicitarias que se pueden aplicar con el fin de mantener la imagen del buen servicio en el municipio de Sabana de Torres.
- Generar aptitud de consumo de los estudios a ofrecer.
- Lograr la captación rápida de clientes y que el nuevo punto de venta sea reconocido por su calidad, innovación y excelente servicio.
- Conocer a la población potencial y objetivo, utilizando medios publicitarios de mayor sintonía en la población en general con el fin de posicionar en el mercado el servicio a prestar.

- Lograr identidad propia reflejada a través del logotipo, lema y nombre de la empresa.
- Posicionar en el mercado y el recuerdo de la población objetivo, a través de los obsequios de souvenirs a los clientes especiales.

**2.9.2 Logotipo.** Se presenta en la siguiente figura, el nombre obedece a emkc, iniciales de los nombres del propietario y su esposa, acompañada de la palabra color que es la esencia de la imagen captada. Al lado izquierdo cuenta con unos lentes en colores que representa la reflexión de la imagen y celulares para publicitarse, se diseña con los colores primarios que reflejan el positivismo, la esperanza y optimismo del funcionamiento del nuevo punto de venta así como el reflejo de la multiciplidad de tonos con las que puede contar un foto, buscando que sea de agrado del cliente.

El logotipo de la empresa se presenta en la siguiente figura:

Figura 4. Logotipo diseñado.



**2.9.3 Lema.** El lema de la empresa es:

Excelente servicio fotografico innovador y personalizado

Explicación del lema: Se sabe la importancia de cada celebración en la memoria de las familias, por lo tanto la mejor calidad en fotografías de alta resolución, con

diseños vanguardistas e innovadores hacen que cada detalle de ese día sea único y especial, capturado en un hermoso recuerdo. Desarrollado con moderno equipo de fotografía, y los mejores programas de edición. Esto con el fin de brindar la calidad que merecen los clientes brindándoles un excelente servicio innovador y personalizado.

**2.9.4 Análisis de medios.** En el municipio de Sabana de Torres, se disponen de medios de publicidad tales como: televisivos, radiales e impresos que aunque no tengan sede directa trascienden y son de reconocimiento por parte de los habitantes dentro de los cuales se pueden resaltar:

- **Televisivos.** Son dos canales de televisión que siendo su la sede principal la ciudad de Barrancabermeja, tienen alcance en el municipio de Sabana de Torres y son el canal local Tele petróleo y Enlace televisión, ambos de alta audiencia y gran aceptación.

- **Radiales.** En la ciudad se cuenta con emisoras en las frecuencias a.m y f.m, de las cuales las de mayor sintonía es Rumba Stéreo y Emisora Yariguíes F.M. Stéreo 102.7.

- **Impresos.** Se conocen varios periódicos, siendo Vanguardia Liberal el más reconocido, con formato tipo sabana o estándar es tradicional y conservador, se conoce a nivel local y regional por lo cual cubre al municipio de Sabana.

Otros tipos de medios que se utilizan en la ciudad para promocionar productos son:

- **Vallas publicitarias.** Se considera publicidad exterior, se utiliza en lugares públicos para desarrollarse y va dirigida a un público indeterminado. También se encuentran móviles y musicales, a través de este dispositivo publicitario se

recorren las calles de la ciudad, atrayendo la atención de la ciudadanía para dar a conocer el producto y/o servicio.

- **Tarjetas de presentación.** Una vez entrada en operación la empresa u organización, la gerencia estudia la posibilidad de utilizar esta herramienta que va dirigido a aquellos clientes que utilizaran de manera constante, esporádica o casual estos servicios. Es una referencia más directa, más incidente, más efectiva.
- **Brochure o Portafolios de servicios, pasacalles, pendones, avisos en panaflex, volantes y página web.** Se estiman contratarlo desde la ciudad de Barrancabermeja ya que existen varias empresas litográficas y de diseño litográfico para realizar publicidad por los medios mencionados y que son los que han venido contactándose por la empresa Emkcolor desde su sede Principal.

**2.9.5 Selección de medios.** Teniendo en cuenta la población para la cual va dirigida la presente investigación, se tiene en cuenta como principal variables la identificación a simple vista con avisos externos, pasacalles y los medios masivos de mayor escucha en la población, los cuales son:

- **Avisos externos en panaflex.** Estos avisos son para ubicación en la parte externa del nuevo punto de venta son luminosos, se imprimen en lona banner Tam 150x60, se cotizaron en la empresa ARM Digital, ubicada en la ciudad de Barrancabermeja y cada uno tiene un costo de \$320.000, se contempla en el presupuesto de lanzamiento.
- **Pasacalles.** Se programa la colocación de un pasacalle en la cuadra donde se ubica el nuevo de venta este es de 6 x 75 cm, se cotiza en la empresa AMR Digital, tiene un costo de \$90.000, se contempla en el presupuesto de lanzamiento.

- **Tarjetas de presentación.** A full color por una sola cara 1.000 unidades a un costo de \$90.000 se contempla en el presupuesto de lanzamiento y operación.
- **Anuncios radiales.** Para esta publicidad se elige la empresa RUMBA STÉREO, con 2 cuñas diarias de 20 segundos a un valor de \$300.000 mes, se contempla en el presupuesto de lanzamiento y operación.
- **Pautas televisivas.** Corresponde a la empresa Enlace 10 de Barrancabermeja, donde se escoge el plan de 2 emisiones diarias por un mes \$400.000, se contempla para publicidad de lanzamiento.
- **Página web.** Es muy importante debido a que es el medio como se dan a conocer en la web, y permite la comunicación rápida y diseños de photo shop, siempre y cuando la empresa requiera intercambios de imágenes para mayor satisfacción del cliente, tiene un costo de \$1.200.000 y se puede manejar a través de la internet permanente cotizada en los servicios.
- **Souvenirs.** Se presupuesta como obsequios a clientes especiales y en ocasiones especiales, durante todos los meses del año cada uno con un presupuesto de \$5.000 de los cuales se estiman entregar dar por mes 15 unidades los cuales representan al año una inversión de \$900.000.

**2.9.6 Estrategias publicitarias.** Estas estrategias conducen a destacar las ventajas que el usuario puede tener al utilizar el servicio del estudio de fotografía.

Para los efectos de medios publicitarios se tienen en cuenta para mostrar la empresa los que llegan más a la población objetivo, los cuales para efectos de los costos se contemplan en el estudio financiero con el respectivo presupuesto que se presenta en el siguiente punto.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.** Se presentan con base en las cotizaciones solicitadas.

**2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento.** Para la estrategia publicitaria de lanzamiento se utilizan los siguientes medios:

Cuadro 21. Presupuesto publicidad de lanzamiento.

PUBLICIDAD	PERIODO	CANTIDAD	TOTAL
Aviso para exterior en Panaflex	1er.Mes	1	\$ 320.000
Pasacalle	1er.Mes	1	\$ 90.000
Tarjetas de presentación	1er.Mes	Global (1000)	\$ 90.000
Anuncio radial (Rumba Stéreo)	1er.Mes	2 cuñas diarias de 20 seg.	\$ 300.000
Pauta televisiva (Enlace Televisión)	1er.Mes	2 emisiones diarias de L-V	\$ 450.000
Página web	Permanente	1	\$1.200.000
TOTAL			\$ 2.450.000

Fuente: Cotizaciones varias del anexo B.

**2.9.7.2 Presupuesto de Operación.** Para la estrategia publicitaria de lanzamiento se utilizan los siguientes medios:

Cuadro 22. Presupuesto publicidad de Operación.

PUBLICIDAD	CANTIDAD	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Tarjetas de presentación Global año 1 al 5.	1000 tarjetas \$90.000	Global	\$ 90.000
Anuncio radial (Rumba Stéreo) Trimestral año 1 al 5.	2 cuñas diarias de 20 segundos \$ 300.000 mensual	\$300.000	\$ 1.200.000
Souvenir (lapiceros -llaveros) Mensual año 1 al 5.	30 souvenirs de \$2.500 con logo de la empresa	\$ 75.000	\$ 900.000

Fuente: Cotizaciones varias.

## 2.10 RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Una vez realizado el trabajo de campo, se establecen las siguientes conclusiones:

El 85% de la población de Sabana de Torres tiene conocimiento sobre lo que es la fotografía digital, el 90% requiere de un centro fotográfico tanto para las fotos que son requisitos como la de documentos, prevaleciendo este tipo, para lo cual disponen de un presupuesto promedio de \$6.000, de igual forma para eventos con una disponibilidad presupuestal de \$45.000 y publicidad que en promedio tiene disponibilidad de \$115.000. Es importante aclarar que la propuesta publicitaria se toma como evento pero suele ser más costosa en la medida del tamaño de la fotografía, esta se toma dentro del estándar de fotografías para eventos.

Dentro de los horarios escogidos para la toma de fotografías están principalmente las horas de la tarde con un 42%, se pudo conocer la intención de tomas de estudios en las horas de la mañana con un 38%, incluso la noche por lo cual se deben tener en cuenta horarios por turnos y disponibilidad de horario extendido frente a la creación de un nuevo punto de venta del centro fotográfico en Sabana de Torres, teniendo en cuenta todos los días de la semana de lunes a sábado se requiere el servicio, notándose menores solicitudes o intensidad el día domingo.

Se encuentra que la oferta está dada a nivel local por foto Luke, foto Sabana que son los sitios donde más acuden los clientes pero pese a considerarlos buenos por que toman las fotografías cuando se necesitan y estar en el mismo municipio carecen de tecnología del Photo Shop y aplican más los foto montajes.

Se requiere por parte de la población a la hora de la escogencia de un centro fotográfico aspectos como la variedad, buena atención, agilidad, calidad fotográfica y precio, se nota el interés del 90% de asistir a un centro fotográfico de crearse en Sabana de Torres, manifiestan estar de acuerdo y totalmente de

acuerdo por la innovación, generación de competencia y mayor beneficio al tomar este servicio.

El aspecto más importante a la hora de tomar el servicio es el retoque personalizado y rapidez en la entrega.

Los precios promedios del mercado van desde \$6.000 hasta \$60.000 según sea el estudio escogido.

Se escoge como canal de comercialización el directo ya que como se trata de un servicio, lo ideal es tener la atención directa nuevo punto de venta del centro de estudio fotográfico Emkcolor – Consumidor Final.

Teniendo en cuenta las conclusiones del estudio, analizando que existe demanda permanente, el requerimiento del retoque, tecnología digital, junto al deseo de toma del servicio por parte de la población encuestada se presenta la oportunidad de crear un nuevo punto de venta de estudios fotográficos, mostrándose desde el punto de vista de mercados la viabilidad del proyecto.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** El tamaño del proyecto para el estudio de factibilidad de la creación de un nuevo punto de venta fotográfico en el municipio de Sabana de Torres, depende de la demanda actual encontrada en la población objetivo y la que se pretenda cubrir. Para este caso, es el 90% de la población como se presenta en el cuadro 16, el cual requiere de estudios fotográficos para diversos fines y esta cifra aumenta alrededor del 1.2% desde el primer año, hasta llegar al quinto año, de acuerdo con los índices de crecimiento de la población.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.** Dentro de los factores que determinan el tamaño de un proyecto están:

**3.1.2.1 La demanda.** De acuerdo al trabajo de campo realizado se pudo conocer que existe una demanda de estudios fotográficos en la población del 90%(cuadro 16) de quienes requieren de tomas de estudio, que equivalen a 4.841 hogares que demandan por lo menos un estudio al año, notándose que este factor no cuenta con limitantes para la viabilidad del proyecto.

**3.1.2.2 La disponibilidad de insumos.** Teniendo en cuenta que el servicio principal es la toma de fotografías, la materia prima requerida es el papel fotográfico ribbón, kit de papel térmico, tintas, talonarios de recibos de caja, hojas membreteadas, entre otras, que se consiguen fácilmente a través de proveedores locales y de la ciudad de Medellín, lo cual favorece la puesta en marcha de la empresa.

**3.1.2.3 Recurso humano.** El recurso necesario para el buen funcionamiento y operación del nuevo punto de venta del Estudio Fotográfico Emkcolor, requiere de la parte administrativa que incluye un administrador, la secretaria y una persona encargada de la limpieza. El área operativa requiere un fotógrafo e impulsador en la apertura del local, talento que se consigue a nivel local y no presenta limitantes para el proyecto.

**3.1.2.4 Disponibilidad de tecnología y equipos.** El nuevo punto de venta de estudios fotográficos requiere de cámaras digitales nikon D 90, Cámara fotográfica canon, equipos de cómputo, Software de retoque adobe photo shop Cs5, Software diseño gráfico corel draw X4 e impresoras, equipos que se pueden conseguir a nivel local y nacional, no siendo este factor preocupante, el cual se torna sin limitaciones para este proyecto.

**3.1.2.5 Localización.** El nuevo punto de venta de estudios fotográficos Emkcolor del Señor Edgar Malagón Martínez, se sitúa en el municipio de Sabana de Torres, se estudian los locales en el centro, del cual se analizan tres posibles lugares, por el método de valoración por puntos, que permite seleccionar la ubicación óptima. Las características del área a analizar y las necesidades allí determinadas, permiten inferir válidamente que este sector es el más favorable para el proyecto, el cual se detalla en el punto de la microlocalización.

**3.1.2.6 Financiamiento.** Para la puesta en marcha del proyecto se cuenta con recursos propios por parte de los socios, así mismo se considera la consecución de recursos económicos a través entidades bancarias.

### **3.1.3 Capacidad del proyecto.**

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** Corresponde al máximo nivel posible de servicios a atender en un período determinado, tomando como unidad en la

prestación del servicio sesiones de 10 minutos para foto documentos (permite hacer 6 tomas de foto documentos en una hora), 30 minutos para estudio de eventos lo cual permite hacer 2 en una hora), dado la intención de toma de estudios por motivos o eventos especiales y por la experiencia de la empresa se estiman unas ventas diarias en 8 horas de 12 estudios de foto documentos para lo cual se estiman utilizar 2 horas, 12 estudios de eventos en diversos años utilizando 6 horas para completar las 8 horas diarias de trabajo, lo que significa que se harían más estudios de foto documentos en menos tiempo. Estas ventas representan al mes 312 foto documentos y 312 estudio para eventos fotos y al año 3.744 foto documentos y 3.744 fotos para eventos, como se refleja en el siguiente cuadro:

Cuadro 23. Capacidad de atención del servicio en 8 horas.

CAPACIDAD	CÁLCULO TIEMPOS	Doc.	Estudio Eventos 15 x 20 30 minutos	Estudio Eventos 20 x 30 30 minutos	Estudio Eventos 30 x 40 30 minutos
CAPACIDAD		6- 1 hora	2 – 1 hora	2	2
	4 horas	6	2	2	2
	8 horas	12	4	4	4
	1 día	12	4	4	4
	1 mes (26 días)	312	104	104	104
	1 año	3.744	1.248	1.248	1.248

Definida la capacidad de trabajo de horas, se establece que la máxima atención que puede darse es en dos turnos trabajando de corrido de 6 a.m. a 10 p.m. con un total de 16 horas de trabajo lo que representa una capacidad diseñada de anual 14.976 estudios 7.488 para documentos y 7.488 estudios para eventos.

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Definida la capacidad de trabajo de 8 horas se instala la atención máxima de 10 horas, lo cual representa la atención además de los 7.488 en una horas 6 fotos estudios para documentos que representan al mes 156, al año 1.872, y realizar en la otra hora dos estudios para evento que

representa 52 al mes y 624 al año estudios que unificados serían 2.496 adicionales, para un total de los contemplados en 8 horas más dos horas equivalente a 10 horas de trabajo a 9.984 estudios instalados anualmente.

**3.1.3.3 Capacidad utilizada.** Corresponde a lo estimado en la labor de ocho horas de trabajo, según cuadro 23, que corresponde a 3.744 estudios para documentos 3.744 estudios para eventos para un total anual de 7.488, esta capacidad que parte del año cero, se incrementa con el 1.2% para el año uno que sería el 2014, con una cantidad de atención de 7.578, para el año dos (2015), 7.669, para el año tres (2016) 7.761, para el año cuatro (2017) 7.854, para el año cinco (2018) 7.948, estudios anuales.

Ver el resumen de la capacidad del proyecto para del estudio fotográfico del primer al quinto año en el siguiente cuadro:

Cuadro 24. Capacidad del proyecto (estudios fotográficos por año).

CAPACIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DISEÑADA	14.976	14.976	14.976	14.976	14.976
INSTALADA	9.984	9.984	9.984	9.984	9.984
UTILIZADA	7.578	7.669	7.761	7.854	7.948
% UTILIZADA	76%	77%	78%	79%	80%
% OCIOSA	24%	23%	22%	21%	20%
% PARTICIPACIÓN	30%	30%	30%	31%	31%

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macrolocalización.** Para la creación del centro de estudios fotográficos, se selecciona el Departamento de Santander, exactamente en el Municipio de Sabana de Torres.

**3.2.2 Microlocalización.** Corresponde a la selección del sitio más adecuado para la puesta en marcha del centro fotográfico, el cual es realizado por el sistema de valoración por puntos, está relacionado con la jerarquización de factores cuantitativos así:

- Se Listan los factores relevantes.
- Se asigna un valor a cada factor para indicar su importancia relativa (los pasos deben sumar uno) y el valor asignado depende exclusivamente de los investigadores.
- Se asigna una escala común a cada factor y elige un mínimo.
- Se califica a cada sitio potencial de acuerdo con la escala.
- Se designa y multiplica la calificación por el valor.
- Se suma la puntuación de cada sitio y se elige el de máxima puntuación.

Para el análisis se tienen en cuenta los siguientes locales:

**LOCAL 1.** Calle 16 No. 14 – 20 barrio Argelia.

Canon: \$600.000, Propietario Enoc Moreno.  
Servicios públicos: Agua, luz, teléfono.  
Área: 4 metros de frente por 6 metros de fondo.  
Vías de comunicación: Buenas vías de ingreso.  
Distribución: Salón con baño. ENCHAPE CERÁMICA.

**LOCAL 2.** Calle 16 con 13 esquina barrio Argelia.

Canon : \$800.000, Propietaria Ofelia Rojas.  
Servicios públicos: Agua, luz y teléfono.

Área: 6 metros de frente por 8 metros de fondo.  
 Vías de comunicación: Zona principal.  
 Distribución: Salón con baño. ENCHAPE CERÁMICA.

**LOCAL 3.** Calle 15 No. 13 - 38 barrio Argelia.

Canon: \$680.000, Propietaria Ana Rosa Silva.  
 Servicios públicos: Agua, luz y teléfono.  
 Área: 5 metros de frente por 5 metros de fondo.  
 Vías de comunicación: Buenas vías de ingreso.  
 Distribución: Salón con baño. ENCHAPE CERÁMICA.

Los factores tomados con la respectiva valoración se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 25. Valoración por puntos de locales.

FACTORES RELEVANTES	VALOR ASIGNADO	LOCAL 1		LOCAL 2 – DUENO (ESCOGIDO)		LOCAL 3	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
ACABADOS	0.25	9.0	2.25	9.0	2.25	9.0	2.25
ÁREA	0.25	7.5	1.87	9.0	2.25	8.0	2.00
CANON	0.25	8.0	2.00	9.0	2.25	7.0	1.75
UBICACIÓN	0.15	8.5	1.27	8.5	1.27	8.5	1.27
SERVICIOS	0.10	8.0	0.80	8.5	0.85	8.5	0.85
SUMATORIA	1.00		8.19		8.87		8.12

Para la valoración por puntos, una vez seleccionado el porcentaje asignado para cada factor relevante de acuerdo a su importancia se le asigna una calificación, la

cual se multiplica por el porcentaje asignado dando como resultado una calificación ponderada, así se hace con todas las opciones escogidas.

Según la valoración por puntos realizada, el local 2 es el seleccionado debido a que se encuentra en una zona céntrica del municipio de Sabana de Torres y pese a que es el de mayor canon, cuenta con una mejor área y mayor amplitud lo que permite una mejor distribución del nuevo punto de venta y si se analiza el valor del canon con respecto al área, este es el de metro cuadrado más bajo a razón de \$16.666 y se puede contratar con el mismo dueño, esta característica lo hace aun más atractiva, debido a que se puede lograr negociar directamente.

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO






#### 3.3.1 Ficha técnica del servicio.

Cuadro 26. Ficha técnica de estudios para eventos.

ITEM	CONCEPTO
Servicio principal	Toma de fotografías .
Diseño	Se pretende utilizar la tecnología digital y de retoque para obtener un mejor perfil del cliente.
Usos	Para recuerdos gratos de familia y compromisos laborales y documentales.
Especificaciones técnicas	Photo Shop, tecnología digital.
Vida útil	Se toman 5 años para la vida útil del proyecto.

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** El proceso de prestación del servicio de un estudio fotográfico se realiza de la siguiente manera:

Cuadro 27. Diagrama del proceso del servicio.

Descripción del evento	Tiempo minutos	Número de Operarios					
1. Solicitud del servicio del estudio fotográfico.	1	1		●			
2. Presentación de los diseños de fotografías por parte del vendedor.	1	1		●			
3. Análisis de diseño, cantidades y precios de los estudios ofrecidos.	1	1		●			
5. Cotización de los estudios ofrecidos por el cliente e información de la forma de pago.	1	1		●			
6. Valoración de la cotización, forma de pago y toma de decisión.	2	1		●		●	●
7. Realización y cancelación del pedido.	1	1		●			
8. Toma del estudio fotográfico	2			●			
9. Entrega de las fotos al cliente.	1			●			
8. Fin del servicio.	—			●			●
TOTAL	10'						

El proceso del servicio es el mismo para los demás estudios varía en el paso 8 que para eventos es de 22 minutos por las poses y escogencia de la fotografía preferida por el cliente.

**3.3.3 Control de calidad.** El control de calidad en la prestación del servicio de estudios fotográficos, se hace tanto en el momento de la toma de la fotografía, como en el momento de la realización del retoque respectivo. También en cuanto a calidad se analizan que tanto los materiales como el papel térmico y el ribbón sean suministradas por proveedores certificados por el ICONTEC.

Realizar la revisión previa y conteo de todas las ventas realizadas, a fin de empacar las cantidades solicitadas por el cliente. Aplicación de las normas para vendedores de mostrador en la búsqueda de la prestación de un buen servicio y mejoramiento continuo en el proceso de ventas.

Implementación del software contable y administrativo que permita el control de inventarios, ventas y manejo de cuentas con el fin de facilitar a toma de decisiones.

### 3.3.4 Recursos.

**3.3.4.1 Recurso humano.** El recurso humano que soporta la empresa contratado con las disposiciones legales que con lleva la ley 50 de 1990 y la ley 100 de 1991, se describe a continuación:

Cuadro 28. Mano de obra del proyecto.

NUMERO DE CARGOS	CARGOS
MANO DE OBRA TÉCNICA – DIRECTA	
1	FOTOGRAFO
1	DISEÑADOR GRÁFICO
1	IMPULSADOR
MANO DE OBRA INDIRECTA	
1	ADMINISTRADOR
1	SECRETARIA CONTABLE
1	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS
ASESORIA	
1	CONTABLE-CONTADOR

**3.3.4.2 Recurso físico.** Está compuesto por la maquinaria, los equipos y herramientas que se utilizan para las labores de toma e impresión de la fotografía. Ver detalle en el siguiente cuadro:

Cuadro 29. Maquinaria y Equipos.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Caja registradora.
1	Equipo de cómputo apple
1	Software diseño gráfico corel draw X4.
1	Software de retoque adobe photo shop Cs5.
1	UPS reguladoras de voltaje
1	Impresora 605 kodak
2	Cámara fotográfica nikon D 90
1	Kit iluminación
1	Cámara de monitoreo

Cuadro 30. Muebles y Enseres.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Mostrador en madera forma de barra
1	Escritorio secretarial
1	Silla giratoria
1	Estante metálico de 4 entrepaños
1	Silla alta para caja
1	Sofá pequeño en cuerina
1	Grapadora metálica
1	Perforadora
1	Saca-ganchos
1	Punto ecológico de vaivén
2	Extintores de 20 libras
20	Disfraces para niños y niñas
6	Fondos en tela con diferentes escenarios
	Accesorios varios para toma de fotografías

Cuadro 31. Equipos de oficina.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Aire acondicionado mini Split inverter 2 consola
1	Calculadora Cassio.
1	Aparato telefónico inalámbrico

**3.3.4.3 Recurso de insumos.** Los insumos requeridos para la prestación del servicio de estudios fotográficos son los siguientes:

Cuadro 32. Listado de materias primas e insumos.

<b>Materias primas e Insumos</b>
Kit de papel térmico y ribbón fotográfico.
Bolsas plásticas.

**3.3.5 Análisis de proveedores.** Los proveedores para la puesta en marcha del centro de estudios fotográficos son:

Cuadro 33. Proveedores.

NOMBRE	DIRECCIÓN	PRODUCTOS	PRECIOS	VENTAJAS
ALMACÉN ÉXITO.	Calle 50 con carrera 14 esquina Barrancabermeja	EQUIPOS DE CÓMPUTO	Ventas al por mayor y por unidad requerida.	Sitio de gran reconocimiento.  Facilidad de Pagos, efectivo y con tarjeta.  Oportunidad de diversos proveedores.  Horario continuo de 8 a.m. a 11 p.m.
CENTRO COMERCIAL SAN SILVESTRE	Diagonal 56 # 18-A 88 Barrio Galán Barrancabermeja	EQUIPOS, MUEBLES, ENSERES	Ventas al por mayor y por unidad requerida	Sitio cercano al punto de venta.  Oportunidad de diversos proveedores.  Horario continuo de 8 a.m. a 11 p.m.
AMR DIGITAL	Calle 50 # 16-48 Barrio Colombia Barrancabermeja	UBLICIDAD, HOJAS MEMBRE TEADAS	Ventas al por mayor y por unidad requerida	Lugar céntrico, fácil acceso.  Reconocido por la calidad en la impresión y diseño.  Horario 8 a.m. a 12 m, 2 a 6 p.m.
PAPELERIA LA GARANTÍA	Calle 49 # 11-14 Sector Comercial Barrancabermeja	PAPELERIA RESMAS	Ventas al por mayor y por unidad.	Sitio asequible a la población general de más de 30 años en el mercado.

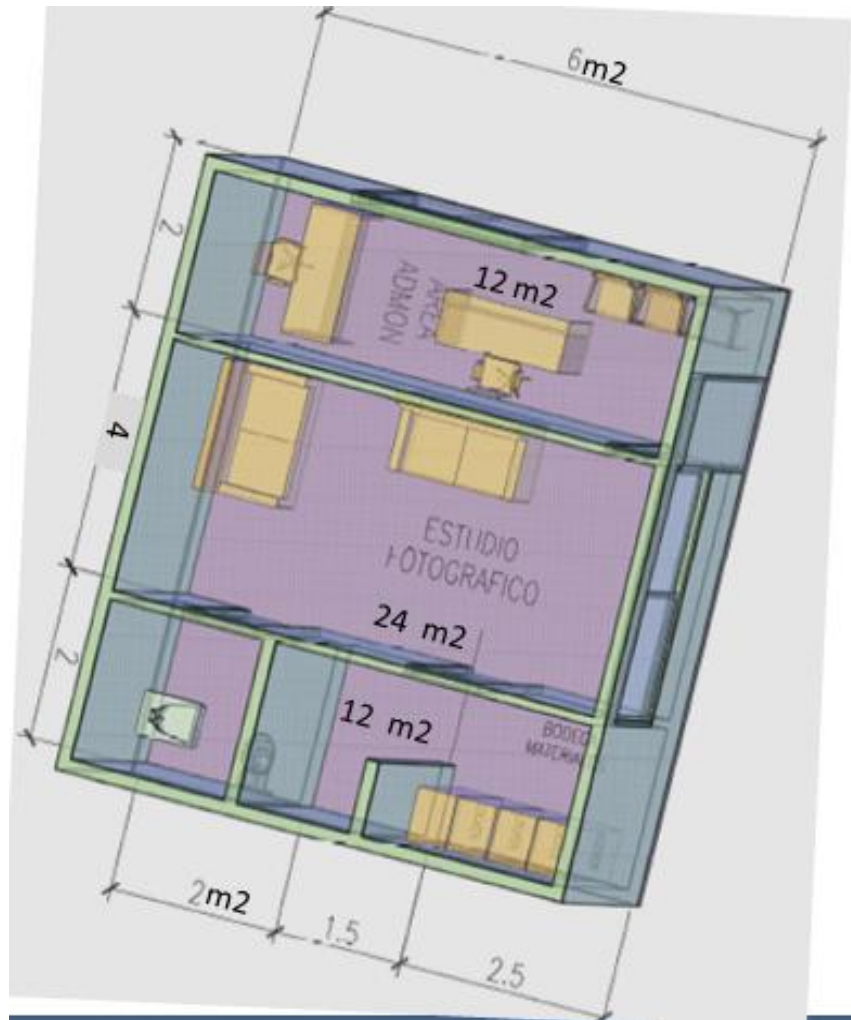
NOMBRE	DIRECCIÓN	PRODUCTOS	PRECIOS	VENTAJAS
				Facilidad de pagos efectivo y con tarjeta. Horario continuo de 8 a.m. a 7 p.m.
HOGAR COOMULTRASAN	Calle 49 # 15-02 Barrancabermeja	MUEBLES Y ENSERES	Ventas al por mayor y por unidad requerida	Sitio cercano al punto de venta. Oportunidad de diversas marcas. Horario de 8 a.m. a 12 m. y 2 a 6 p.m.

**3.3.6 Distribución de planta.** La planta tiene un área total 6 metros de ancho por 8 metros de largo, que equivale a 48 m<sup>2</sup>. Los cuales están distribuidos así como se enuncia en los siguientes datos.

ÁREA	Metros <sup>2</sup>
Área de administración	12,00
Área de estudios fotográficos	24,00
Área de zonas comunes	12,00
<b>Total</b>	<b>48,00</b>

Ver distribución de planta en la siguiente figura:

Figura 5. Distribución de planta.



- **Logística de distribución.** La distribución de planta para el Nuevo punto de venta Emkcolor, se hace principalmente teniendo en cuenta los accesos al local, por tal razón se determina en la primera sección del Nuevo punto de venta el área de recepción del personal y área administrativa. La segunda sección está conformada por el área de fotografía y en la parte final se encuentra cuarto de materiales y baño.
- **Área Operativa.** Se encuentra ubicada en la parte central del local, enmarcado por un ventanal de 3 metros, el cual permite que el personal que camina por la cera, pueda identificar las cualidades de los adornos, la distribución de los espacios y la forma como se ejecutan las actividades de fotografías. Así mismo, cuenta con el 50% del espacio total del área, en el cual se refleja tranquilidad, con unos muebles grandes y cómodos se espera atender al personal del sector, también están las exhibiciones de algunos diseños fotográficos con el respectivo marco. De igual forma, va a estar un módulo para manejo fotográfico de cámaras.
- **Área Administrativa.** Se estima ubicar en la parte inicial, donde se encuentran la secretaria y el administrador, con sus respectivos escritorios y equipo de cómputo, de tal forma que se pueda visualizar tanto el área de fotografías y la atención directa al cliente.

### **3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO**

Técnicamente se pudo conocer que existe una demanda del servicio de estudios fotográficos por parte del 90% de la población de la cual el 10% se encuentra con inconformidad frente al servicio actual. De acuerdo con la intención de compra encontrada en el mercado y la capacidad de atención se estima la venta de 7.578 estudios para el año 1, 7.669 para el año 2, 7.761 para el año 3, 7.854 para el año 4 y 7.948 para el año 5.

Los factores determinantes del tamaño del proyecto, no presentan limitaciones debido a que los recursos físicos, humanos e insumos, técnicos, se tienen en entorno local, regional y nacional.

A través del servicio público del empleo del SENA se adelantaría el proceso de convocatoria para suplir las vacantes generadas en la puesta en marcha del proyecto.

El local escogido se encuentra ubicado en un lugar céntrico del municipio de Sabana como lo es el barrio Argelia, donde existe una zona de locales comerciales, con fácil acceso y con un canon asequible, a través de arrendamiento con el propietario del inmueble y que la distribución de la planta física del mismo contempla tres áreas dentro de las que están la administrativa, la operativa y áreas.

Por los aspectos técnicos favorables en cuanto a la demanda, programación de ventas, disponibilidad de recursos, ubicación del centro se concluye que desde este punto de vista la viabilidad para la creación de la empresa de estudios fotográficos en la ciudad de Barrancabermeja.

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

En el estudio administrativo se concretan los ajustes que se deben realizar a la estructura actual, tomando como base el marco legal e institucional requerido. De igual forma, se establecen las políticas, nivel jerárquico, perfiles de los cargos y la respectiva estructura salarial.

### **4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN**

La empresa de estudios fotográficos Emkcolor está creada como una persona natural actualmente.

Constituida por escritura pública hace 10 años en la cual se expresa:

- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.
- La clase o tipo de sociedad.
- El domicilio de la sociedad.
- El objeto social.
- El capital social.
- La forma de administrar los negocios sociales.
- La época y la forma de convocar la asamblea o la junta de socios.
- Señalar la forma como han de distribuirse las utilidades, con indicación de las reservas.

- La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución.
- La forma de hacer la liquidación.
- El nombre y domicilio del representante legal de la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal.
- Los demás pactos que, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

Copia de la escritura social será inscrita en el registro mercantil de la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde la sociedad establezca su domicilio principal.

**4.1.1 Situación jurídica.** La empresa una vez creado el nuevo punto de venta deja de ser una sociedad constituida legalmente como persona natural del régimen simplificado y se convierte en persona jurídica de régimen común.

Los trámites a seguir en Notarías y sedes de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja son:

- Reunir los socios para constituir la sociedad (personas jurídicas)
- Verificar en la Cámara de Comercio de Barrancabermeja a través de la página web [www.rue.com.co](http://www.rue.com.co) que no exista un nombre o razón social igual o similar al establecimiento de comercio.

- Elaborar minuta de constitución y presentarla en la notaría (personas jurídicas), con los siguientes datos básicos: Nombre, razón social, objeto social, clase de sociedad e identificación de los socios, nacionalidad, duración, domicilio, aportes de capital, representanta legal y facultades, distribución de utilidades, causales de disolución, entre otros.
- Obtener la escritura pública autenticada en la notaría (personas Jurídicas)
- Matricular e inscribir la sociedad en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. Requisitos:
- Presentar la segunda copia de la escritura pública de la constitución de la sociedad (sólo para personas jurídicas)
- Diligenciar formulario de matrícula mercantil para establecimientos de comercio (si los tiene), personas naturales o jurídicas, y/o sucursales y agencias comerciales, según el caso.
- Registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, así: Diario, mayor, inventarios y balances, actas (sociedades), según el giro ordinario de sus negocios.
- Obtener el certificado de existencia y representación legal (personas jurídicas).
- Renovar anualmente, antes del 31 de marzo de cada año, las matrículas mercantiles de las personas naturales, jurídicas y de los establecimientos de comercio.

#### **4.1.2 Trámites de orden nacional.**

- Solicitar formulario de registro único tributario, RUT.
- Solicitar el número de identificación tributaria, NIT. Las personas naturales (comerciantes) deben llevar fotocopia de la cédula de ciudadanía y certificado de Cámara de Comercio, no mayor a tres meses de su solicitud.
- Las personas jurídicas deben presentar fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal y certificado de existencia y representación legal de la Cámara de Comercio (no mayor a tres meses de su solicitud).
- Inscribir la sociedad en el registro único tributario, RUT, como responsable del impuesto al valor agregado, IVA.
- Requisito: diligenciar formulario en la dirección de impuestos y aduanas Nacionales, DIAN.
- Opciones: Régimen común y régimen retenedor.
- Para personas jurídicas y personas naturales se debe presentar:
  - Certificado de la Cámara de Comercio no mayor a tres meses de su solicitud.
  - Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal de la sociedad.

#### **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

**4.2.1 Misión.** En Emkcolor trabajamos para que sus clientes tengan el recuerdo grato de momentos familiares y empresariales, que trasciendan a futuras

generaciones, mediante una fotografía de excelente calidad, con un servicio fotográfico innovador y personalizado.

**4.2.2 Visión.** Para el 2018 seremos reconocidos a nivel local y regional como estudio fotográfico líder en el manejo de fotografía digital e imagen corporativa con instalaciones propias dotado con tecnología de punta, talento humano calificado y la prestación de un servicio de excelente calidad, generando oportunidades de crecimiento económico y laboral para la región.

#### **4.2.3 Objetivos.**

- Ofrecer al mercado local estudios fotográficos de la más alta calidad.
- Contribuir con el bienestar de la población de Barrancabermeja y su zona de influencia satisfaciendo la necesidad en lo concerniente a este tipo de servicio.
- Ser innovadores en las técnicas de fotografía digital y retoque a nivel local.
- Fomentar la organización, planificación, dirección, control y evaluación en las tareas específicas que contribuyen al desarrollo de la empresa.
- Establecer una comunicación abierta y clara hacia los colaboradores internos de la empresa para su buen desempeño y mejoramiento continuo.

#### **4.2.4 Políticas.**

##### **4.2.4.1 De personal.**

- El recurso humano para la atención directa será escogido bajo criterios estipulados por los socios de la empresa.

- El reclutamiento de hojas de vida se realizará a través de bolsas de empleo reconocidas como la del SENA y la Cámara de Comercio.
- Contar con recurso humano administrativo con mínimo un año de experiencia.
- Toda persona que aspire a un cargo debe pasar por un previo proceso de selección y cumplimiento del perfil.
- El proceso de selección debe cumplir cuatro etapas principales que son: pruebas escritas de conocimiento de acuerdo al cargo, prueba psicotécnica, la respectiva entrevista y exámenes de laboratorio.
- Los cargos directivos sólo deben ser desempeñados por profesionales afines al área administrativa como ingenieros industriales, gestores empresariales y administradores de empresas.
- La remuneración del personal se realizará los días 30 de cada mes (vencido).
- El tipo de contratación del recurso humano es a término fijo, una vez cumplido el período de prueba tendrá derecho a renovaciones por el período inicial.
- Todo trabajador que reporte tres llamados de atención por mala ejecución de sus labores no tiene derecho a renovación de contrato sin excepción alguna.

**4.2.4.2 Políticas de compras.** Para la adquisición de insumos se tendrán en cuenta principalmente proveedores cuyos productos sean con certificación de calidad por el ICONTEC.

- El análisis de cada compra debe hacerse con mínimo tres cotizaciones de empresas diferentes.
- Se debe seleccionar la cotización que demuestre una mejor oferta económica y que sus productos sean de calidad reconocida.
- Contratar con proveedores que manejen crédito a 30 días, aunque las compras se vayan a realizar de contado.
- Los pagos pueden realizarse con cheque o mediante transferencia bancaria, la cual quedará confirmada al siguiente día hábil.
- Toda compra superior a \$1.000.000 debe ser aprobada por el administrador y el gerente propietario.

**4.2.4.3 Políticas de ventas.** Los precios de los servicios estarán expresados en pesos colombianos y están sujetos a cambio, teniendo en cuenta las variaciones del mercado.

- Los pagos de los servicios prestados deben realizarse en efectivo, con pagos de contado.
- Para las cotizaciones, los precios tendrán una vigencia de 30 días calendario, período dentro del cual deberá formalizarse la solicitud del servicio.
- Una vez tomado el servicio, no se devolverá dinero en caso que el cliente no esté de acuerdo con el registro fotográfico, no obstante, se reconocerá la ejecución de un nuevo estudio.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de la empresa EMKCOLOR está compuesta por la junta de socios, un administrador, un asesor contable, un diseñador gráfico, un fotógrafo, un impulsador, una secretaria y una auxiliar de servicios varios.

**4.3.1 Organigrama.** Es la representación gráfica de la empresa que refleja en forma esquemática la posición de las áreas que la integran y sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y asesoría.

A continuación se presenta para el Centro Fotográfico Emkcolor un Organigrama que se clasifica<sup>22</sup> por su naturaleza en micro-administrativo, por su finalidad en informativo, por su ámbito en general, por su contenido integral, por su presentación o disposición gráfica en vertical.

Figura 6. Estructura organizacional de la empresa Emkcolor fotografía digital



**4.3.2 Descripción y perfil de cargos.** La Descripción, análisis de cargos y el manual de funciones son una herramienta fundamental ya que es el punto de partida para elaborar la mayor parte de instrumentos con que se administra efectivamente el talento humano en la empresa y es importante a la hora de

<sup>22</sup> THOMPSON, Iván. Tipos de organigramas. Recuperado abril 15 de 2013. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

obtener un personal idóneo, estableciendo con él las especificaciones y requerimientos del cargo, con el cual se hará la mejor selección e inducción de personal calificado y especializado para la empresa, permitiendo mejorar índices de eficiencia y productividad.


Además de esto, asignar las labores respectivas a cada cargo evitando dualidad de funciones y creando así un mejor clima organizacional.

Cuadro 34. Distribución de cargos por niveles Emkcolor.

NIVEL	LO CONFORMAN	FUNCIÓN PRINCIPAL
DIRECTIVO	GERENCIA	Formula y plantea políticas, planes, programas y proyectos que mejoren la calidad del servicio prestado por la Empresa (Emkcolor).
ASESOR	CONTADOR	Son cargos que cuyas funciones consisten en asistir a nivel directivo, en la formulación de políticas, planes y programas de la Empresa.
EJECUTIVO	ADMINISTRADOR	Son los cargos que regulan, ejecutan o desarrollan los procesos encomendados por los directivos de la Empresa.
PROFESIONAL	FOTÓGRAFO	Son los cargos especializados que ejecutan o aplican sus conocimientos como aporte a la dependencia facilitando los procesos y/o procedimientos de la misma.
ASISTENCIAL	DISEÑADOR GRÁFICO IMPULSADOR SECRETARIA	Son los cargos que ofrecen asistencia a las dependencias asignadas y que apoyan los procesos dados por los niveles superiores.
OPERATIVO	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	Son los cargos que se caracterizan por actividades manuales o tareas de simple ejecución dentro de la Empresa.

La elaboración del siguiente Manual es el resultado de un estudio técnico y organizacional que sirve de parámetro para la evaluación de desempeño de cada cargo y se ha tenido en cuenta las funciones establecidas por los mecanismos de ley y por los Estatutos de la Empresa.

Cuadro 35. Manual de Funciones del Administrador.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR</b>	
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>I.IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		ADMINISTRADOR	
<b>Nivel Funcional:</b>	Ejecutivo	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Junta de Socios.	<b>Dependencia:</b>	GERENCIA GENERAL
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Estatutario.	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
<p>Controlar las actividades de administración del Centro de fotografía Digital, elaborando e interpretando las herramientas contables, tales como: registros, estados de cuenta, cuadros demostrativos, estados financieros, presupuesto y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.</p>			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
	Todos		1
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar las actividades necesarias para la ejecución de los estudios fotográficos.</li> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Tomar las medidas necesarias para la conservación de la buena imagen de la empresa.</li> <li>• Impartir las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa.</li> <li>• Evaluar al personal, proponer con justificación la remoción del cargo.</li> <li>• Responder por la custodia y seguridad de los bienes de la empresa.</li> </ul>			



**MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR**

- Acordar fechas de pago para las obligaciones de la empresa.
  - Redactar y calcular las cotizaciones y otros documentos.
  - Elaborar programas de motivación para el personal de la empresa.
  - Aprobar las cuentas para los pagos.
  - Cumplir las demás funciones que le sean propias de acuerdo con la ley.
  - Atender a los clientes.
- Las demás que le sean asignadas por su jefe inmediato, acorde a la naturaleza de su cargo.

**IV. PERFIL REQUERIDO**

<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
<b>Profesional en el área administrativa o afín, Ingeniero Industrial o Gestor Empresarial</b>	Dos años como mínimo en cargos similares.
<b>Período de Adaptación</b>	Dos meses.

**Competencias**

<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación, y organización, comunicación efectiva oral, escrita y responsabilidad.
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
<b>HUMANAS</b>	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a la frustración.

**V. ANALISIS DEL CARGO**

<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION:</b> Verificar que sus subalternos cumplan con eficiencia sus labores, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.
	<b>POR CONTACTO:</b> Contactos frecuentes con clientes



**MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR**

	<p>internos y/o externos. Los temas tratados son de mucha importancia; se requiere habilidad y conocimiento de las políticas y actividades de la Empresa para el manejo de la información.</p>
	<p><b>POR PROCESOS:</b> En la coordinación de las etapas del cumplimiento de las funciones a cumplir por los demás empleados de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes sobre el funcionamiento de la empresa.</li> <li>• Para participar en la selección e inducción del personal.</li> <li>• Manejar adecuadamente los datos de la empresa, manteniendo reserva de la información.</li> <li>• Atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.</li> </ul> <p><b>POR MATERIALES:</b> Responde por el manejo adecuado de escritorios, muebles y enseres que se le asignen para cumplir el funcionamiento de la empresa.</p>
	<p><b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.</p>
<p><b>DE ESFUERZO</b></p>	<p><b>MENTAL:</b> Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para asignar funciones, rendir informes, solucionar problemas y tomar de decisiones.</p> <p><b>VISUAL:</b> Esfuerzo visual permanente al observar los comportamientos, presentación, colaboración y participación de los funcionarios para con la empresa, revisar informes de servicios prestados y gasto de insumos.</p> <p><b>FÍSICO:</b> Permanece la mayor parte del tiempo sentado, ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>
<p><b>DE HABILIDAD</b></p>	<p><b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Requiere habilidad</p>



**MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR**

intelectual e iniciativa para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan el buen desempeño del centro de mantenimiento Integral de vehículos.

**MANUAL:** En el manejo de la documentación propia de la empresa.

**VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.**

**CONDICIONES AMBIENTALES**

FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N
FRÍO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HUMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		

**OTROS**

**RIESGOS DEL CARGO**

RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO		ALTO	
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE	


**¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?**

**OBSERVACIONES:**

- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.

<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>
<b>FECHA</b>	<b>FECHA</b>

Cuadro 36. Manual de Funciones del Fotógrafo.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL FOTOGRAFO</b>	
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>I.IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		FOTÓGRAFO	
<b>Nivel Funcional:</b>	Profesional	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Junta de Socios.	<b>Dependencia:</b>	ADMINISTRACION
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Ordinario	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
<b>Realizar toma fotográficas en diversas actividades</b>			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
<b>ASISTENCIAL</b>	DISENADOR GRAFICO		1
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar toma fotográficas al natural, en estudios y/o ambientes especiales.</li> <li>• Ordena, clasifica y archiva el material fotográfico.</li> <li>• Selecciona el equipo y material para realizar el trabajo.</li> <li>• Atiende e informa al público en general.</li> <li>• Lleva el control de los equipos fotográficos y equipos de laboratorio.</li> <li>• Corrige y retoca fotografías.</li> <li>• Participa en los cursos de capacitación en el área de fotográfica.</li> <li>• Opera equipos e instrumentos fotográficos.</li> <li>• Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</li> <li>• Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> </ul>			



**MANUAL DE FUNCIONES DEL FOTOGRAFO**

- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Las demás que le sean asignadas por su jefe inmediato, acorde a la naturaleza de su cargo.

**IV. PERFIL REQUERIDO**

<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
<b>Profesional en fotografía para diseños impresos</b>	Dos años como mínimo en cargos similares.
<b>Período de Adaptación</b>	Dos meses.

**Competencias**

<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación, y organización, comunicación efectiva oral, escrita y responsabilidad
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
<b>HUMANAS</b>	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a la frustración.

**V. ANALISIS DEL CARGO**

<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION:</b> Hacer auto-inspección, revisar la información suministrada al cliente.
	<b>POR PROCESOS:</b> No es responsable de ningún proceso.
	<b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. En trato con cortesía y amabilidad hacia los clientes. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
	<b>POR MATERIALES:</b> Responde por los implementos asignados para el desempeño de su labor.
	<b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.
<b>DE ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa
	<b>VISUAL:</b> Esfuerzo visual permanente al ofrecer los productos del centro fotográfico.
	<b>FISICO:</b> Permanece la gran parte del tiempo de pie, ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta



**MANUAL DE FUNCIONES DEL FOTOGRAFO**

	o desplaza productos y equipos requiere mediano esfuerzo físico.
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan posicionar los diseños fotográficos. En la manera de lograr la aceptación y confianza para alcanzar la satisfacción del cliente. Expresarse en forma clara y precisa.
	<b>MANUAL:</b> Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer, caminar; actividades propias de las labores a cumplir. En el manejo de la documentación propia de la empresa.

**VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.**

**CONDICIONES AMBIENTALES**

FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACION	N	POLVO	N
FRIO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HÚMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		

**OTROS**

**RIESGOS DEL CARGO**

RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO	ALTO
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO	GRAVE


**¿CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?**

**OBSERVACIONES:**

- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.

<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>
<b>FECHA</b>	<b>FECHA</b>

Cuadro 37. Manual de Funciones del Diseñador Gráfico.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL DISEÑADOR GRAFICO</b>	
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>I.IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		DISEÑADOR GRAFICO	
<b>Nivel Funcional:</b>	Asistencial	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Fotógrafo	<b>Dependencia:</b>	ADMINISTRACION
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Ordinario	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
Ejecutar revelados y reproducción de fotografías, utilizando las técnicas, equipos y materiales requeridos para contribuir con un trabajo fotográfico de óptima calidad.			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
<b>ASISTENCIAL</b>	NINGUNO		
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con el horario y las tareas asignadas.</li> <li>• Realiza el revelado, copiado y secado de fotografía.</li> <li>• Reproduce originales de fotografía.</li> <li>• Realiza tirajes de películas.</li> <li>• Llena reportes periódicos de las tareas asignadas.</li> <li>• Mantiene limpio y en orden equipos y sitio de trabajo.</li> <li>• Cumple normas y procedimientos de seguridad integral establecidos por la organización.</li> </ul> <p>Las demás que le sean asignadas por su jefe inmediato, acorde a la naturaleza de su cargo.</p>			
<b>IV.PERFIL REQUERIDO</b>			
<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>		<b>Experiencia Laboral/Adiestramiento.</b>	
<b>Técnico en Diseño Grafico</b>		Dos años como mínimo en cargos similares.	



**MANUAL DE FUNCIONES DEL DISEÑADOR GRAFICO**

<b>Período de Adaptación</b>		Dos meses.
<b>Competencias</b>		
<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación, y organización, comunicación efectiva oral, escrita y responsabilidad.	
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.	
<b>HUMANAS</b>	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a la frustración.	
<b>V. ANÁLISIS DEL CARGO</b>		
<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISIÓN:</b> El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica, no ejerce supervisión.	
	<b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de la información confidencial de la empresa.	
	<b>POR PROCESOS:</b> En la Toma, revelado, fijado, secado y reproducción de fotografías. En la elaboración de diseños de plantillas. Manejo adecuado de la información confidencial de la empresa. Atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.	
	<b>POR MATERIALES:</b> Es responsable con carácter constante por el uso de materiales, equipos y herramientas tales como, revelador, fijador, papel de fotografía, papel de acetato, negativos, paños, cámara fotográfica, cámara de vídeo, cámara ampliadora, máquina secadora, lámparas de seguridad, grabadores, entre otros.	
	<b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.	
<b>DE ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.	
	<b>VISUAL:</b> Esfuerzo visual permanente al igual que un	



**MANUAL DE FUNCIONES DEL DISEÑADOR GRAFICO**

	grado alto de concentración visual.
	<b>FISICO:</b> El cargo amerita un esfuerzo físico de trabajar parado / sentado constantemente, y caminar periódicamente.
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Requiere habilidad intelectual e iniciativa para la realización de los diseños gráficos y las sugerencias dada a los clientes que las soliciten.
	<b>MANUAL:</b> El cargo requiere un grado medio de precisión manual en la realización de sus actividades diarias y en el manejo de la documentación propia de la empresa.

**VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.**

**CONDICIONES AMBIENTALES**

FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N
FRÍO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HUMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		

**OTROS**

**RIESGOS DEL CARGO**

RIESGO DE	BAJO	X	MEDIO	ALTO
ACCIDENTE				
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO	GRAVE


**¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?**

**OBSERVACIONES:**

- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.

<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>
<b>FECHA</b>	<b>FECHA</b>

Cuadro 38. Manual de Funciones del Impulsador.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL IMPULSADOR</b>	
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>I.IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		IMPULSADOR	
<b>Nivel Funcional:</b>	Asistencial	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Fotógrafo	<b>Dependencia:</b>	ADMINISTRACION
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Ordinario	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
Promocionar y vender los diseños gráficos realizados en Centro Fotográficos de acuerdo a las políticas establecidas por la Empresa.			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
	NINGUNO		
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>• Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> <li>• Informar al gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.</li> <li>• Hacer visitas a la población en general para dar a conocer la empresa.</li> <li>• Contactar las empresas de cooperativas para lograr ventas en serie.</li> <li>• Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.</li> <li>• Mantener actualizada la información de los clientes de la empresa.</li> <li>• Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes sobre los productos y servicios.</li> <li>• Atender ventas.</li> </ul>			



**MANUAL DE FUNCIONES DEL IMPULSADOR**

- Trasladar materiales y artículos cuando se requieran por las ventas.
- Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.

**IV. PERFIL REQUERIDO**

<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
<b>Bachiller</b>	Dos años como mínimo en cargos similares.
<b>Período de Adaptación</b>	Dos meses.

**Competencias**

<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación, y organización, comunicación efectiva oral, escrita y responsabilidad
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia
<b>HUMANAS</b>	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia frente a reclamación de clientes.

**V. ANALISIS DEL CARGO**

<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISIÓN:</b> El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica. No ejerce supervisión.
	<b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
	<b>POR PROCESOS:</b> En la Toma, revelado, fijado, secado y reproducción de fotografías. En la elaboración de diseños de plantillas. Manejar adecuadamente los secretos de la empresa. Atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.
	<b>POR MATERIALES:</b> Carteles, publicidad en general.
	<b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.
	<b>DE ESFUERZO</b>



**MANUAL DE FUNCIONES DEL IMPULSADOR**

	grado alto de concentración visual.
	<b>FISICO:</b> El cargo amerita un esfuerzo físico de trabajar parado / sentado constantemente, y caminar periódicamente.
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Requiere habilidad intelectual e iniciativa para la realización de los diseños gráficos y las sugerencias dada a los clientes que las soliciten.
	<b>MANUAL:</b> El cargo requiere un grado medio de precisión manual en la realización de sus actividades diarias y en el manejo de la documentación propia de la empresa.

**VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.**

**CONDICIONES AMBIENTALES**

FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N
FRÍO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HUMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		

**OTROS**

**RIESGOS DEL CARGO**

RIESGO DE	BAJO	X	MEDIO	ALTO
ACCIDENTE				
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO	GRAVE


**¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?**


**OBSERVACIONES:**

- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.

<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>
<b>FECHA</b>	<b>FECHA</b>

Cuadro 39. Manual de Funciones de la Secretaria.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA</b>	
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		SECRETARIA	
<b>Nivel Funcional:</b>	Asistencial	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Fotógrafo	<b>Dependencia:</b>	ADMINISTRACION
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Ordinario	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
Servir de apoyo logístico aplicando técnicas secretariales, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acordes con los objetivos de su jefe inmediato y la empresa.			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
	NINGUNO		
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos.</li> <li>• Elaborar las cuentas de cobro y hacer seguimiento y control de ellas.</li> <li>• Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella.</li> <li>• Transcribir, redactar, enviar cartas, informes, documentos y otros que se requieran para el funcionamiento de la organización.</li> <li>• Recibir y atender a los clientes.</li> <li>• Mantener stock mínimo de existencias de papelería indispensable para el buen desempeño.</li> <li>• Mantener actualizada la información contable de la empresa.</li> <li>• Liquidar nómina quincenalmente.</li> <li>• Liquidar al término de cada mes los aportes parafiscales y las prestaciones sociales.</li> <li>• Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes.</li> </ul> <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</p>			
<b>IV.PERFIL REQUERIDO</b>			

 <p>emkcolor FOTOGRAFÍA DIGITAL 311 850 3433 - 315 798 8973</p>	<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA</b>	
<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>	Experiencia Laboral/Adiestramiento.	
<b>Secretaria General con CAP del SENA</b>	Dos años como mínimo en cargos similares.	
<b>Período de Adaptación</b>	Dos meses.	
<b>Competencias</b>		
<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Comunicación efectiva oral y escrita, responsable y atenta.	
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.	
<b>HUMANAS</b>	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a los clientes.	
<b>V. ANÁLISIS DEL CARGO</b>		
<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISIÓN:</b> Hacer auto-inspección, revisar el servicio prestado evitando inconformidades en la atención a clientes y en la coordinación con las labores de la Auxiliar de Servicios Generales. El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica.	
	<b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de la información confidencial de la empresa.	
	<b>POR PROCESOS:</b> Responde por la información sobre citaciones, reuniones de los asociados, administrador, demás empleados y las que deban darse al público en general. Responde por los recursos de caja menor. Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio. Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio.	
	<b>POR MATERIALES:</b> Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos y muebles asignados.	
	<b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.	
<b>DE ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.	



**MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA**

	<b>VISUAL:</b> Esfuerzo visual permanente en la preparación de la correspondencia, preparación de la caja menor y manejo de computadores.
	<b>FÍSICO:</b> Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Requiere habilidad intelectual e iniciativa en la ejecución de cartas e informes, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.
	<b>MANUAL:</b> El cargo requiere un grado medio de precisión manual en la realización de sus actividades diarias y en el manejo de la documentación propia de la empresa.

**VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.**

**CONDICIONES AMBIENTALES**

FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N
FRIO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HUMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		

**OTROS**

**RIESGOS DEL CARGO**

<b>RIESGO DE ACCIDENTE</b>	BAJO	X	MEDIO		ALTO	
<b>GRAVEDAD DE LESIÓN</b>	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE	


**¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?**

**OBSERVACIONES:**

- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.

<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>
<b>FECHA</b>	<b>FECHA</b>

Cuadro 40. Manual de Funciones de la Auxiliar de Servicios Generales.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES</b>	
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>	<b>PAGINA</b>
<b>I.IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES	
<b>Nivel Funcional:</b>	Operativo	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Administrador	<b>Dependencia:</b>	ADMINISTRACION
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Ordinario	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
<p>Asear para mantener en condiciones óptima de limpieza y desinfección las instalaciones del Centro Fotográfico, así como distribuir material de aseo, utilizando los equipos y materiales correspondientes.</p>			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
	NINGUNO		
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar labores de aseo y desinfección, tales como: limpieza, aspersion, descontaminación en las diferentes áreas de la empresa, utensilios de trabajo, baños, ventanas, puertas, y oficinas.</li> <li>• Organizar y atender los servicios de cafetería, preparar y servir tinto, servir agua.</li> <li>• Solicitar los utensilios, elementos para la realización de sus labores.</li> <li>• Utilizar adecuadamente los diferentes desinfectantes, en las proporciones y concentraciones fijadas por el plan de saneamiento de la empresa y autoridades sanitarias.</li> <li>• Realizar de manera eficiente las labores de recolección, conducción, manejo, almacenamiento interno, clasificación, transporte y disposición de los desechos sólidos (basuras), con el propósito de evitar la contaminación, o el deterioro del medio ambiente.</li> </ul> <p>Otras labores que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con su labor.</p>			
<b>IV.PERFIL REQUERIDO</b>			
<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>		Experiencia Laboral/Adiestramiento.	
Bachiller		Dos años como mínimo en cargos similares.	



**MANUAL DE FUNCIONES DE LA AUXILIAR DE SERVICIOS  
GENERALES**

<b>Período de Adaptación</b>	Dos meses.
<b>Competencias</b>	
<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Comunicación efectiva oral y escrita. Servicial y atenta.
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
<b>HUMANAS</b>	Relaciones humanas, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia
<b>V. ANALISIS DEL CARGO</b>	
<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION:</b> El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica. No ejerce supervisión.
	<b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información de personas internas de la empresa.
	<b>POR PROCESOS:</b> No interviene en procesos directos de prestación del servicio.
	<b>POR MATERIALES:</b> Es responsable con carácter constante por el uso de materiales, equipos y herramientas tales como: guantes, detergentes, baldes, mangueras, escobas, traperos, paños, ceras material de cristalería, nevera, cloro, pulidora, aspiradora, cepillo, escaleras, escobillón, hornos de esterilización, entre otros y del mantenimiento de los equipos y herramientas de manera indirecta y con carácter periódico.
<b>DE ESFUERZO</b>	<b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos
	<b>MENTAL:</b> Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.
	<b>VISUAL:</b> Esfuerzo visual permanente en las labores propias de su cargo. Requiere un grado bajo de esfuerzo visual.
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>FISICO:</b> El cargo amerita un esfuerzo físico de trabajar parado constantemente, caminar periódicamente y transportar pesos esporádicamente.
	<b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Requiere iniciativa para seguir instrucciones orales y escritas. Establecer



**MANUAL DE FUNCIONES DE LA AUXILIAR DE SERVICIOS  
GENERALES**

relaciones interpersonales.  
El cargo requiere un grado bajo de habilidad manual.

**VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.**

**CONDICIONES AMBIENTALES**

FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N
FRÍO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HÚMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		

**OTROS**

**RIESGOS DEL CARGO**

RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO	ALTO
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO	GRAVE


**¿CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?**

**OBSERVACIONES:**

- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.

<b>ELABORO</b>	<b>REVISO</b>
<b>FECHA</b>	<b>FECHA</b>

Cuadro 41. Manual de funciones del contador.

		MANUAL DE FUNCIONES DEL CONTADOR	
ELABORO	REVISO	APROBO	PAGINA
<b>I.IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del Cargo:</b>		ASESOR CONTABLA	
<b>Nivel Funcional:</b>	Asesoría	<b>Código:</b>	
<b>Jefe Inmediato:</b>	Administradora	<b>Dependencia:</b>	ADMINISTRACION
<b>Naturaleza del Cargo:</b>	Ordinario	<b>Número de Cargos</b>	: 1
<b>Horario:</b>		<b>Edad Sugerida:</b>	
<b>II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
Llevar los registros contables de la empresa, presentar ante los entes correspondientes el movimiento de los ingresos y egresos de la empresa haciendo el respectivo reporte de utilidades según los arrojen los estados financieros.			
<b>Personal a Cargo</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Cargos que le reportan</b>		<b>Número de Personas</b>
	NINGUNO		
<b>III.FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los libros o registros de contabilidad de una empresa.</li> <li>• Registrar los movimientos monetarios de bienes y derechos.</li> <li>• Elaborar los estados contables o estados financieros, los presupuestos y las rendiciones de cuentas o balances de ejecuciones presupuestales, utilizados internamente en las empresas u organismos y también por parte de terceros, como reguladores, oficinas recaudadoras de impuestos o bancos.</li> <li>• En muchos casos los terceros exigen que dichos informes estén confeccionados o respaldados por un profesional contable.</li> <li>• Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el Gerente General.</li> </ul> <p>Otras labores que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con su labor.</p>			
<b>IV.PERFIL REQUERIDO</b>			
<b>Educación (Estudios Aprobados)</b>		Experiencia Laboral/Adiestramiento.	
<b>Contador Publico</b>		Dos años como mínimo en cargos similares.	



**MANUAL DE FUNCIONES DEL CONTADOR**

<b>Período de Adaptación</b>	Un mes
<b>Competencias</b>	
<b>ADMINISTRATIVAS</b>	Comunicación efectiva oral y escrita. Servicial y atenta.
<b>LABORALES</b>	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
<b>HUMANAS</b>	Relaciones humanas, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia.
<b>V. ANALISIS DEL CARGO</b>	
<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISIÓN:</b> No ejerce supervisión sobre ningún cargo.
	<b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información al administrador y directivos de la empresa.
	<b>POR PROCESOS:</b> No interviene en procesos directos de prestación del servicio.
	<b>POR MATERIALES:</b> Es responsable con carácter constante por el uso de materiales, equipos y herramientas tales como: escritorios, implementos de oficina utilizados en la presentación del reporte y revisión de información para establecer los reportes respectivos.
	<b>POR MANEJO AL SERVICIO:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos
<b>DE ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Para realizar reportes de los estados financieros.
	<b>VISUAL:</b> Esfuerzo visual permanente en las labores propias de su cargo. Requiere un grado bajo de esfuerzo visual.
	<b>FISICO:</b> Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>INTELLECTUAL E INICIATIVA:</b> Requiere iniciativa para seguir los lineamientos contables y legales para reporte de pagos de impuestos y demás reportes contables.
	<b>MANUAL:</b> En el manejo y uso de herramientas y equipos utilizados para el mantenimiento y aseo de las instalaciones.

		<b>MANUAL DE FUNCIONES DEL CONTADOR</b>			
		El cargo requiere un grado bajo de habilidad manual.			
<b>VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.</b>					
<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b>					
<b>FACTOR</b>	<b>NIVEL</b>		<b>FACTOR</b>	<b>NIVEL</b>	
<b>ILUMINACIÓN</b>	N		<b>POLVO</b>	N	
<b>FRIO</b>	N		<b>VENTILACIÓN</b>	N	
<b>CALOR</b>	N		<b>OLORES</b>	N	
<b>HUMEDAD</b>	N		<b>SUCIEDAD</b>	N	
<b>RUIDO</b>	N				
<b>OTROS</b>					
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>					
<b>RIESGO DE ACCIDENTE</b>	BAJO	X	MEDIO		ALTO
<b>GRAVEDAD DE LESIÓN</b>	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE
<b>¿CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA?</b>					
<b>OBSERVACIONES:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.</li> <li>• Carencia de antecedentes penales y policíacos.</li> </ul>					
<b>ELABORO</b>			<b>REVISO</b>		
<b>FECHA</b>			<b>FECHA</b>		

**4.3.3 Estructura salarial.** Ésta se plantea de acuerdo al sistema de jerarquización, ordenando los cargos según la importancia, teniendo en cuenta la función principal a desarrollar por cada uno.

Para asignar el salario al cargo de mayor jerarquía se toman como base los salarios promedios de la plaza para este tipo de empleo, teniendo en cuenta la capacidad económica de la empresa y al más bajo en la tabla de jerarquización se le asigna de acuerdo a lo establecido por el gobierno como salario mínimo, que

para el 2013 está en \$589.500 más el auxilio de transporte que corresponde a \$70.500. Los demás cargos fueron ubicados dentro de la escala jerárquica teniendo en cuenta su responsabilidad, el nivel de educación requerido para el mismo, el riesgo en el desarrollo de las labores diarias y el grado de importancia. **Es de aclarar, que el tipo de contrato es a término fijo por seis meses, renovado según la eficiencia de cada funcionario.**

Cuadro 42. Estructura salarial de Emkcolor.

CARGOS	ASIGNACIÓN SALARIAL
Administrador-tiempo completo.	\$1.000.000 + 70.500 Transporte.
Asesor Contable-prestación servicios.	\$250.000 Asesoría mensual.
Fotógrafo-tiempo completo.	\$800.000 + 70.500 Transporte.
Diseñador gráfico.	\$850.000 + 70.500 Transporte.
Impulsador- compartido. Principal-sucursal	\$589.500 + 70.500 Transporte.
Secretaria- compartido. Principal-sucursal	\$589.500 + 70.500 Transporte.
Aux. Serv. Varios- Principal-sucursal	\$294.750 + 70.500 Transporte.

Fuente: Ministerio de Trabajo y protección social.

La seguridad social se proyecta con base en lo estipulado por ley y se reflejan sus valores y porcentajes en el siguiente cuadro:

Cuadro 43. Prestaciones sociales.

CONCEPTO	PORCENTAJE%
CESANTÍAS	8.33%
INTERES CESANTÍAS	1.00%
VACACIONES	4.17%
PRIMA	8.33%
PARAFISCALES	9.00%
SALUD Y PENSIÓN	20.50%
RIESGOS PROFESIONALES	0.522%
DOTACION	7.00%
FACTOR PRESTACIONAL	58.86%

Fuente: Ministerio del trabajo y Seguridad Social.

Cuadro 44. Seguridad Social.

COMPONENTES	PORCENTAJE
	TOTAL 12,5%
SALUD	8,5% asumido por el empleador.
	4% asumido por el trabajador.
	TOTAL 15.5%-16
PENSIÓN	12% asume el empleador.
	4% asume el trabajador.
RIESGOS PROFESIONALES	Se calcula de acuerdo con los niveles de riesgo y los asume el empleador. 0.696.
TOTAL ASUME EL EMPLEADOR	20.5% + 0.696 = 21,196%.
TOTAL ASUME EL EMPLEADO	8%

Fuente: Ministerio del trabajo y Seguridad Social.

Cabe aclarar que las empresas que ingresan por primera vez a este sistema de riesgos profesionales, cotizará por el valor inicial a la clase de riesgo que le corresponde. Los aportes parafiscales se le atribuyen a tres instituciones y los asume en su totalidad el empleador.

Cuadro 45. Aportes parafiscales.

INSTITUCIONES	PORCENTAJES
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR	4%
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)	2%
INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR (ICBF)	3%
TOTAL	9%

Fuente: Ministerio del trabajo y seguridad social.

#### 4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

El nuevo punto de venta para la empresa Emkcolor fotografía digital en el municipio de Sabana de torres por contar con una estructura organizacional soportada en una persona natural debe continuar con esta modalidad de empresa

y contratar nuevo personal para el funcionamiento de la nueva sede, debe hacer una selección cuidadosa de los empleados ya que el conocimiento en el manejo fotográfico depende de la captura de una imagen de agrado para el cliente, para lo cual recibirá una capacitación especial por parte de los propietarios.

Dentro de la política de venta está fundamentalmente el pago de estricto contado.

La totalidad del recurso humano necesario, la componen siete (7) trabajadores de los cuales seis (6) son empleos directos y uno (1) indirecto.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Con este estudio se busca ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores estudio de mercados, técnico y administrativo para elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica del proyecto. De ahí la importancia de contemplar las inversiones, fijas, diferidas, capital de trabajo, costos, gastos, ingresos, hasta obtener los estados financieros como son; el balance general, estado de pérdidas y ganancias y flujo de efectivo.

### 5.1 INVERSIONES

**5.1.1 Inversión fija.** Está compuesta por la maquinaria, equipos, muebles y enseres requeridos por el nuevo punto de venta para su funcionamiento.

- **Maquinaria y equipo.** Ver detalle en el siguiente cuadro.

Cuadro 46. Maquinaria y equipos.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	MAQUINARIA Y EQUIPO		
1	Caja registradora.	455,900	455,900
1	Equipo de cómputo apple	2,500,000	2,500,000
1	Software diseño gráfico corel draw X4.	1,000,000	1,000,000
1	Software de retoque adobe photo shop Cs5.	4,500,000	4,500,000
1	UPS reguladoras de voltaje	250,000	250,000
1	Impresora 605 kodak	5,000,000	5,000,000
2	Cámara fotográfica nikon D 90	3,300,000	6,600,000
1	Kit iluminación	2,500,000	2,500,000
1	Cámara de monitoreo	1,500,000	1,500,000
	TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 24,305,900

Fuente: Cotizaciones almacén Konicolor (Medellín).

- **Muebles y enseres.** Se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 47. Muebles y enseres.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (con IVA)
1	Mostrador en madera forma de barra	\$ 250,000	\$ 250,000
1	Escritorio secretarial	\$ 180,000	\$ 180,000
1	Silla giratoria	\$ 150,000	\$ 150,000
1	Estante metálico de 4 entrepaños	\$ 150,000	\$ 150,000
1	Silla alta para caja	\$ 120,000	\$ 120,000
1	Sofá pequeño en cuerina	\$ 500,000	\$ 500,000
1	Grapadora metálica	\$ 16,700	\$ 16,700
1	Perforadora	\$ 7,100	\$ 7,100
1	Saca-ganchos	\$ 2,500	\$ 2,500
1	Punto ecológico de vaivén	\$ 350,000	\$ 350,000
2	Extintores de 20 libras	\$ 90,000	\$ 180,000
20	Disfraces para niños y niñas	\$ 75,000	\$ 1,500,000
6	Fondos en tela con diferentes escenarios	\$ 300,000	\$ 1,800,000
1	Accesorios varios para toma de fotografías	Global	\$ 1,000,000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 6,206,300

Fuente: Cotizaciones varias, Almacén Éxito, la casita de los muebles. Anexo B.

- **Equipo de oficina.** Se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 48. Equipo de oficina.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Aire acondicionado mini Split inverter 2 consola	\$ 2,500,000	\$ 2,500,000
1	Calculadora Casio.	\$ 15,000	\$ 15,000
1	Aparato telefónico inalámbrico	\$ 40,000	\$ 40,000
TOTAL ELEMENTOS DE OFICINA			\$ 2,555,000

Fuente: Cotizaciones varias, Anexo B.

- **Total inversión fija.** Para la empresa de estudios fotográficos es son las presentadas en el siguiente cuadro:

Cuadro 49. Inversión fija.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
Maquinaria y equipos	\$ 24,305,900
Muebles y enseres	\$ 6,206,300
Equipos de oficina	\$ 2,555,000
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 33,067,200

**5.1.2 Inversión diferida.** Está representada por los gastos preoperativos en que incurre la empresa antes de iniciar las actividades normales como: adecuaciones locativas, estudios, constitución, licencias, publicidad de lanzamiento, entre otros. Se hace amortización de diferido a los cinco años de vida útil del proyecto. Se presentan en los siguientes cuadros:

Cuadro 50. Adecuaciones.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	ADECUACIONES		
1	Pintura general del local.	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
2	Divisiones modulares en felpa-aluminio y vidrio.	\$1.100.000	\$2.200.000
1	División modular en felpa-aluminio.	\$1.800.000	\$1.800.000
	TOTAL ADECUACIONES		\$ 5,000,000

Cuadro 51. Inversión diferida.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
Apertura Sucursal en Cámara de Comercio(1)	\$70.500
Boleta fiscal y certificado (1) Banco agrario	\$128.000
Uso de suelo.(2)	35.000
Licencia seguridad(bomberos)(3)	10.000
Licencia Secretaría de Salud	7.000
Publicidad de Lanzamiento	2.450.000
Estudios previos	1.500.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$4.200.500

Fuente: (1), cámara de comercio, (2) planeación municipal, (3) bomberos.

**5.1.3 Capital de trabajo.** Corresponde al efectivo requerido para la puesta en marcha del negocio, se halla teniendo en cuenta las ventas de contado, por lo tanto, se deben tener recursos para el primer mes de funcionamiento. Su especificación en conceptos y valores se determinan teniendo en cuenta los egresos que se presentan a continuación.

**5.1.3.1 Costos del servicio.**

- **Materias primas e insumos.** Corresponden al papel térmico y ribbón fotográfico que se maneja para fotografía, así como las respectivas bolsas. Cabe aclarar que para cada modalidad el costo es diferente, por lo cual se hace el estimativo según la necesidad. Se presentan las especificaciones y valores en el siguiente cuadro:

Cuadro 52. Materias primas e insumos para foto documento. (Cédula, carné).

ÍTEM	Cantidad	Valor Materia Prima	Cantidad x Estudio	Cantidad fotos 3x4 por hoja 10x 15	Valor Total Estudio
Materia Prima					
Kil de Papel térmico y ribbón fotográfico imp. 605	50 hojas	\$ 95.000	1 hoja	9	\$1.900
Sub-total materia prima foto documento por cliente.					\$ 1.900
Insumos	Cantidad	Valor Insumo	Cantidad	Cantidad x servicio	
Bolsas 5x6	100 unidades	\$ 7.000	1 bolsa	1	\$ 70
Sub-total insumos foto documento por cliente					\$ 70
<b>TOTAL MATERIA PRIMA E INSUMOS FOTO DOCUMENTO</b>					<b>\$1.970</b>

Cuadro 53. Materias primas e insumos estudios 15 x 20. (Cumpleaños, parejas).

ÍTEM	Cant.	Valor materia prima	Cant. foto 15x20	Cant. foto 6 x 9	Cant. hojas x estudio	Valor total estudio
Materia prima						
Kit de Papel térmico y ribbón fotográfico imp. 605	300 hojas	\$ 350.000	3	1	4 hojas	\$ 4.666
Sub-total materia prima por estudio						\$ 4.466
Insumos	Cantidad	Valor Insumo	Cantidad		Cantidad x servicio	
Bolsas plásticas 15 x 20 imp. 605	100 unidades	\$7.000	1		\$ 80	\$ 80
Sub-total insumo por estudio						\$80
<b>TOTAL MATERIA PRIMA E INSUMOS ESTUDIO 15 X 20</b>						<b>\$4.746</b>

Cuadro 54. Materias primas e insumos para estudios 20 x 30. (Grados).

ÍTEM	Cant.	Valor Materia prima	Cant. foto 15x20	Cant. foto 20 x 30	Cant. hojas x estudio	Valor total estudio
Materia prima						
Kit de Papel térmico y ribbón fotográfico imp. Kodak 8800	50 hojas	\$150.000	3 (1.166)	1(3.000)	4 hojas	\$ 6.498
Sub-total materia prima por estudio						
Insumos	Cantidad	Valor Materia prima	Cantidad bolsas		Valor Unitario	Valor total
Bolsas plásticas 20 x 30	50 unidades	\$ 7.000	1		\$ 150	\$ 150
Sub-total insumo estudio 20 x 30 por cliente.						\$150
<b>TOTAL ESTUDIO MATERIA PRIMA E INSUMO ESTUDIO 20 X 30</b>						<b>\$6.648</b>

Cuadro 55. Materias primas e insumos para estudios 30 x 40. (Quinceañeras, primeras comuniones, matrimonios).

ÍTEM	Cant.	Valor Materia prima	Cant. foto 15x20	Cant. foto 30 x 40	Cant. hojas x estudio	Valor total estudio
Materia prima						
Kit de Papel térmico y ribbón fotográfico imp. Kodak 8800	1 hojas	\$15.000	3 (1.166)	1(15.000)	4 hojas	\$16.166
SUB-TOTAL MATERIA PRIMA POR ESTUDIO						\$16.166
Insumos	Cant.	Valor materia prima	Cantidad bolsas		Valor unitario	Valor total
Bolsas plásticas 30 x 40	50 unidades	\$ 7.000	1		\$ 150	\$ 150
SUB-TOTAL INSUMO POR ESTUDIO						\$16.316

Cuadro 56. Estudios estimados a vender

CAPACIDAD	CÁLCULO TIEMPOS	Doc.	Estudio Eventos 15 x 20 30 minutos	Estudio Eventos 20 x 30 30 minutos	Estudio Eventos 30 x 40 30 minutos
CAPACIDAD INSTALADA		6- 1 hora	2 – 1 hora	2	2
	4 horas	6	2	2	2
	8 horas	12	4	4	4
	1 día	12	4	4	4
	1 mes (26 días)	312	104	104	104
	1 año	3.744	1.248	1.248	1.248

Cuadro 57. Materia prima año.

AÑOS	Documento	Estudio Eventos 15 x 20 30 minutos	Estudio Eventos 20 x 30 30 minutos	Estudio Eventos 30 x 40 30 minutos	TOTAL ESTUDIO POR AÑO
0	3.744	1.248	1.248	1.248	
1	3.789	1.262	1.262	1.248	
Precio	\$1.970	\$4.746	\$6.648	\$16.316	
Sub-total	7.464.330	5.989.452	8.389.776	20.590.792	42.434.350

AÑOS	Documento	Estudio Eventos 15 x 20 30 minutos	Estudio Eventos 20 x 30 30 minutos	Estudio Eventos 30 x 40 30 minutos	TOTAL ESTUDIO POR AÑO
2	3.834	1.278	1.278	1.278	
Precio	\$1.970	\$4.746	\$6.648	\$16.316	
Sub-total	7.552.980	6.065.388	8.496.144	20.851.848	42.966.360
3	3.880	1.293	1.293	1.293	
Precio	\$1.970	\$4.746	\$6.648	\$16.316	
Sub-total	7.643.600	6.136.578	8.595.864	21.096.588	43.472.630
4	3.926	1.309	1.309	1.309	
Precio	\$1.970	\$4.746	\$6.648	\$16.316	
Sub-total	7.734.220	6.212.514	8.702.232	21.357.644	44.006.610
5	3.974	1.325	1.325	1.325	
Precio	\$1.970	\$4.746	\$6.648	\$16.316	
Sub-total	7.828.780	6.288.450	8.808.600	21.618.700	44.544.530

- **Mano de obra directa.** Para el cálculo de esta información fue necesario determinar el salario de la mano de obra que interviene directamente en el servicio, para la empresa de servicios fotográficos son el **fotógrafo, impulsador y diseñador gráfico**, cuyo salario es de \$800.000 más 70.500 de transporte, a los cuales se les aplica el factor prestacional de 58.86%, como se muestra en el capítulo administrativo. Ver M.O.D. en el siguiente cuadro:

Cuadro 58. Mano de obra directa.

CARGO	CANT	SALARIO BASE	AUXILIO TRANSPORTE	SALARIO	FACTOR PRESTACIONA L 58,86%	TOTAL MES	ANUAL
Fotógrafo	1	800,000	70,500	870,500	512,333	1,382,833	16,593,993
Diseñador gráfico	1	850,000	70,500	920,500	541,760	1,462,260	17,547,123
Impulsador	1	589,500	70,500	660,000	388,443	1,048,443	12,581,316
TOTAL	3	2,239,500	211,500	2,451,000	1,442,536	3,893,536	46,722,433

### 5.1.3.2 Costos indirectos de prestación del servicio.

- **Mano de obra indirecta.** Corresponde al administrador, secretaria y la auxiliar de servicios varios, esta última contratada por medio tiempo, cargos estimados con un factor prestacional de 58.86%. Ver siguiente cuadro:

Cuadro 59. Mano de obra indirecta.

CARGO	CANT	SALARIO BASE	AUXILIO TRANSPORTE	SALARIO	FACTOR PRESTACION AL 58,86%	TOTAL MES	ANUAL
Administrador	1	1,000,000	70,500	1,070,500	630,043	1,700,543	20,406,513
Secretaria	1	589,500	70,500	660,000	388,443	1,048,443	12,581,316
Servicios Varios	1	294,750	70,500	365,250	214,968	\$ 580,218	6,962,615
<b>TOTAL</b>		1,884,250	211,500	2,095,750	1,233,454	3,329,204	39,950,444

- **Mantenimiento.** Corresponde a lo que requiere cada equipo con una periodicidad específica, éste se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 60. Mantenimiento de equipos.

CANTIDAD	DESCRIPCION	SEMESTRAL	VALOR AÑO
MAQUINARIA Y EQUIPO			
1	Caja registradora	\$ 50,000	\$ 100,000
1	Equipo de cómputo	\$ 50,000	\$ 100,000
1	Impresora	\$ 50,000	\$ 100,000
1	Aire acondicionado mini split 12000 BTU	\$ 80,000	\$ 160,000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 230,000	\$ 460,000

- **Depreciación.** Se calcula utilizando el método de línea recta, y se estima un valor de salvamento del 10% sobre el valor de todos los activos, debido a que es para la prestación del servicio, especialmente por la maquinaria a utilizar.

Cuadro 61. Depreciación.

ACTIVO FIJO	VALOR ACTIVO	VALOR SALVAMENTO	VALOR DEPRECIACIÓN	MES	AÑO 1
Maquinaria y Equipo	\$ 24,305,900	\$ 2,430,590	\$ 21,875,310	\$ 364,589	\$ 4,375,062
Muebles y Enseres	\$ 6,206,300	\$ 620,630	\$ 5,585,670	\$ 93,095	\$ 1,117,134
Equipos de oficina	\$ 2,555,000	\$ 255,500	\$ 2,299,500	\$ 38,325	\$ 459,900
TOTALES	\$ 33,067,200	\$ 3,306,720	\$ 29,760,480	\$ 496,008	\$ 5,952,096

- **Servicios y arriendo.** Corresponde al valor de la energía eléctrica, agua y teléfono del lugar elegido como óptimo según el sistema de valoración por puntos, sus rubros se detallan en el siguiente cuadro:

Para el caso de los servicios públicos se halla de acuerdo a lo que actualmente están pagando acorde a la maquinaria y equipos utilizados.

Cuadro 62. Valores unitarios servicios y arriendo.

ITEM	VALOR MES	VALOR AÑO
ENERGÍA	\$ 200.000	2.400.000
AGUA	\$ 20.000	240.000
TELÉFONO-INTERNET	\$ 85.000	1.020.800
TOTAL SERVICIOS		3.660.000
Arriendo	\$ 800.000	9.600.000
TOTAL SERVICIOS Y ARRIENDO		13.260.000

- **Total costos del servicio.** Se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 63. Costos del servicio.

ITEM	VALOR MES	VALOR AÑO 1
Materias primas	3,536,196	42,434,350
MOD	\$ 3,893,536	\$ 46,722,433
COSTOS INDIRECTOS	\$ 3,825,212	\$ 45,902,540
MOI	\$ 3,329,204	\$ 39,950,444
Depreciación	\$ 496,008	\$ 5,952,096
Mantenimiento	\$ 38,333	\$ 460,000
Arriendo	\$ 800,000	\$ 9,600,000
TOTAL	11,254,944	135,059,323

Definidos los costos del servicio se hallan los gastos los cuales se detallan a continuación:

- **Amortización a diferidos.** Los gastos en que incurre la empresa antes de iniciar sus actividades se difieren a los 5 años de vida útil del proyecto. Por lo tanto, según lo hallado en la inversión diferida da un valor de \$4.200.500, los cuales se dividen entre 5 dando como resultado \$840.100.
- **Publicidad.** De acuerdo a la información suministrada por empresas especializadas en el ramo y lo encontrado en la publicidad de operación se estimó un valor de \$2.190.000 anuales.
- **Papelería.** Dado que el servicio no gasta tanta papelería se estima un valor de \$100.000 mensuales, \$1.200.000 anuales, asignado a gastos de administración.
- **Útiles de aseo.** Se hace un estimativo de \$80.000 mensuales, lo que equivale a \$960.000 anuales.
- **Servicios y arriendo.** Corresponden a un valor de \$3.660.000, servicios, \$800.000 arriendo, que ascienden a un valor anual de \$9.600.000.
- **Contratación externa.** La contratación externa contempla \$250.000 mensuales de pago al contador público, para la empresa en general que corresponde a \$3.000.000 anuales.
- **Seguros.** Corresponde al valor de los equipos más importantes los cuales se presupuestan con un 2% del valor de compra para asegurarlos, éstos se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 64. Seguro de maquinaria y equipos.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO COMPRA	SEGURO 2%
	MAQUINARIA Y EQUIPO		
1	Caja registradora	\$ 455,900	\$ 9,118
1	Equipo de cómputo	\$ 2,500,000	\$ 50,000
1	Impresora	\$ 5,000,000	\$ 100,000
1	Aire acondicionado mini split 12000 BTU	\$ 2,500,000	\$ 50,000
2	Cámara fotográfica nikon D 90	\$ 3,300,000	\$ 66,000
1	Kit iluminación	\$ 2,500,000	\$ 50,000
1	Cámara de monitoreo	\$ 1,500,000	\$ 30,000
	TOTAL	\$ 17,755,900	\$ 355,118

Definidos los gastos se presentan en el siguiente cuadro tanto anual como mensualmente.

- **Total gastos de administración y ventas.**

Cuadro 65. Gastos de Administración y Ventas.

ITEM	VALOR MES	VALOR AÑO
Amortización diferidos	\$ 350,042	\$ 4,200,500
Publicidad (operación)	\$ 182,500	\$ 2,190,000
Papelería	\$ 100,000	\$ 1,200,000
Útiles de aseo	\$ 80,000	\$ 960,000
Servicios	\$ 305,000	\$ 3,660,000
Seguros	\$ 29,593	\$ 355,118
Asesoría Contable	\$ 250,000	\$ 3,000,000
TOTAL	\$ 1,297,135	\$ 15,565,618

- **Total capital de trabajo.** Para realizar el cálculo del capital de trabajo se tienen en cuenta los egresos a cubrir durante un mes, menos los egresos no monetarios tales como depreciación y amortización de diferidos, como se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 66. Capital del trabajo.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
Materias primas	3,536,196
MOD	3,893,536
MOI	3,329,204
Mantenimiento	38,333
Arriendo	800,000
Servicios públicos	305,000
Publicidad	182,500
Papelería	100,000
Útiles de aseo	80,000
Asesoría contable	250,000
Seguros	29,593
EFFECTIVO A 30 DIAS	12,544,362

**5.1.4 Inversión total del proyecto.** La inversión total del proyecto asciende a la suma de \$49.812.062, los cuales serán aportados con recursos propios por el propietario de la empresa.

Cuadro 67. Inversión total del proyecto.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
INVERSION FIJA	\$ 33,067,200
INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 4,200,500
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 12,544,362
TOTAL INVERSIÓN	\$ 49,812,062

**5.1.5 Fuentes de financiación.** Debido a que la empresa con la sede principal se encuentra funcionando en la ciudad de Barrancabermeja, se cuenta con recursos propios para la puesta del nuevo punto de venta, de igual se están haciendo las gestiones pertinentes para lograr el apoyo de fondos como el manejado por el SENA, FONDOEMPRENDER, que además de hacer los respectivos aportes no en efectivo pero si inversiones directas en la maquinaria, equipo, muebles y enseres aporta a la creación del nuevo punto de venta, que una vez confirmada la

puesta en marcha, realiza el seguimiento no exige el pago o retribución económica por el aporte hecho pues apoya la economía local.

## 5.2 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

**5.2.1 Costos fijos.** Son todos aquellos valores que se encuentran presupuestados por un determinado período de tiempo en el cual no sufren ninguna variación

**5.2.2 Costos variables.** Se toman como variables porque tienen variación en el tiempo y fundamentalmente porque en la medida en que se incrementen las unidades de estudios a vender

Ver distribución de costos fijos y variables en el siguiente cuadro:

Cuadro 68. Costos fijos y variables.

ITEM	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Materias primas e insumos		108,097,995
MOD	46,722,433	
MOI	39,950,444	
Mantenimiento	460,000	
Arriendo	9,600,000	
Servicios públicos	3,660,000	
Publicidad	2,190,000	
Papelería	1,200,000	
Útiles de aseo	960,000	
Seguros	355,118	
Asesoría Contable	3,000,000	
TOTAL COSTOS FIJOS	108,097,995	42,434,350

**5.2.3 Costos totales unitarios.** De acuerdo con la estructura de costos y gastos se presenta el costo unitario de la torta, tomando como base las unidades a producir en el primer año.

Cuadro 69. Costos totales.

ITEM	VALOR MES
COSTOS FIJOS	\$ 108,097,995
COSTOS VARIABLES	\$ 42,434,350
TOTAL COSTOS	\$ 150,532,345

### 5.3 PRECIO DE VENTA

Cuadro 70. Precio de venta.

ESTUDIO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA	APROXIMACIÓN
Documento	\$10.809.799	\$ 7.464.330	3.789	5.359	$5.394/0,9=5.359$	\$6.000
15 x 20	\$28.105.479	\$5.989.452	1.262	30.018	$55.356/0,9=30.018$	\$30.000
20 x 30	\$33.510.378	\$8.389.776	1.262	40.002	$41.362/0,83=40.002$	\$40.000
30 x 40	\$35.672.338	\$20.590.792	1.262	50.093	$43.356/0,89=50.093$	\$50.000
TOTAL	\$108 097,995	\$42,434,350	9.145		$PV = (CF+CV/CANTIDAD) /$ % DESEADO UTILIDAD	

### 5.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Se refiere a los ingresos y egresos estimados para el funcionamiento de la empresa durante los cinco años de vida útil del proyecto.

**5.4.1 Egresos proyectados.** Con base a los egresos mensuales programados se proyectan los egresos generados por el proyecto durante los cinco años de vida útil. Los costos fijos permanecen constantes, los variables aumentan anualmente acorde a la cantidad de estudios a vender. Éstos se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 71. Egresos.

<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTOS	135,059,323	135,591,333	136,097,603	136,631,583	137,169,503
Materias primas	42,434,350	42,966,360	43,472,630	44,006,610	44,544,530
MOD	46,722,433	46,722,433	46,722,433	46,722,433	46,722,433
C I F	45,902,540	45,902,540	45,902,540	45,902,540	45,902,540
MOI	39,950,444	39,950,444	39,950,444	39,950,444	39,950,444
Depreciación	5,952,096	5,952,096	5,952,096	5,952,096	5,952,096
Mantenimiento	460,000	460,000	460,000	460,000	460,000
GASTOS ADMINIS TRACIÓN Y VENTAS	25,165,618	25,165,618	25,165,618	25,165,618	25,165,618
Amortización Diferidos	4,200,500	4,200,500	4,200,500	4,200,500	4,200,500
Publicidad	2,190,000	2,190,000	2,190,000	2,190,000	2,190,000
Papelería	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Útiles de aseo	960,000	960,000	960,000	960,000	960,000
Arriendo	9,600,000	9,600,000	9,600,000	9,600,000	9,600,000
Servicios	3,660,000	3,660,000	3,660,000	3,660,000	3,660,000
Seguros	355,118	355,118	355,118	355,118	355,118
Asesoría Contable	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
<b>EGRESOS TOTALES</b>	<b>160,224,941</b>	<b>160,756,951</b>	<b>161,263,221</b>	<b>161,797,201</b>	<b>162,335,121</b>

**5.4.2 Ingresos proyectados.** Los ingresos se hallan teniendo en cuenta las ventas anuales de estudios fotográficos y comercialización de artículos sublimados con fotografías escogidas por el cliente; estimadas con su respectivo precio de venta y ganancia en cuanto a los artículos. Ver proyección de los ingresos en el siguiente cuadro.

Cuadro 72. Ingresos proyectados estudios fotográficos. (Pesos constantes).

<b>ESTUDIOS</b>	<b>DOCUMENTOS</b>	<b>15x20</b>	<b>20x30</b>	<b>30x40</b>	<b>SUB-TOTAL AÑO POR SERVICIO</b>
Precio	6,000	30,000	40,000	50,000	
Estudios	3,789	1,262	1,262	1,262	
<b>Total año 1</b>	<b>22,734,000</b>	<b>37,860,000</b>	<b>50,480,000</b>	<b>63,100,000</b>	<b>174,174,000</b>

ESTUDIOS	DOCUMENTOS	15x20	20x30	30x40	SUB-TOTAL AÑO POR SERVICIO
Estudios	3834	1,278	1,278	1,278	
Total año 2	23,004,000	38,340,000	51,120,000	63,900,000	176,364,000
Estudios	3880	1,293	1,293	1,293	
Total año 3	23,280,000	38,790,000	51,720,000	64,650,000	178,440,000
Estudios	3926	1,309	1,309	1,309	
Total año 4	23,556,000	39,270,000	52,360,000	65,450,000	180,636,000
ESTUDIOS	DOCUMENTOS	15x20	20x30	30x40	SUB-TOTAL AÑO POR SERVICIO
Estudios	3974	1,325	1,325	1,325	
Total año 5	23,844,000	39,750,000	53,000,000	66,250,000	182,844,000

## 5.5 ESTADOS FINANCIEROS

**5.5.1 Estado de resultados proyectado a cinco años.** Permite identificar tanto los ingresos, costos, gastos y utilidades a obtener en la puesta en marcha del proyecto, para el caso del nuevo punto de venta se observa ganancias desde el primer y hasta el quinto, aspecto positivo y favorable en este estudio.

Cuadro 73. Estado de resultados.

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	174,174,000	176,364,000	178,440,000	180,636,000	182,844,000
(-) Costos de producción	135,059,323	135,591,333	136,097,603	136,631,583	137,169,503
UTILIDAD OPERACIONAL	39,114,677	40,772,667	42,342,397	44,004,417	45,674,497
Ingresos no operacionales					3,306,720
(-)Gastos	25,165,618	25,165,618	25,165,618	25,165,618	25,165,618
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	13,949,059	15,607,049	17,176,779	18,838,799	23,815,599

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) Impuestos del 33%	4,603,190	5,150,326	5,668,337	6,216,804	7,859,148
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	9,345,870	10,456,723	11,508,442	12,621,996	15,956,452
(-) Reserva legal del 10%	934,587	1,045,672	1,150,844	1,262,200	1,595,645
UTILIDAD NETA	8,411,283	9,411,051	10,357,598	11,359,796	14,360,806

**5.5.2 Flujo de caja proyectado.** Este estado muestra los flujos monetarios del proyecto estimados en las inversiones, ingresos y egresos, necesarios para las ventas así:

Cuadro 74. Flujo de caja.

ITEM	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales		174,174,000	176,364,000	178,440,000	180,636,000	182,844,000
Aporte socios	24,906,031					
Recursos propios	24,906,031					
Venta Activo Fijo	-	-	-	-	-	3,306,720
INGRESOS	49,812,062	174,174,000	176,364,000	178,440,000	180,636,000	186,150,720
COSTOS	-	129,107,227	129,639,237	130,145,507	130,679,487	131,217,407
GASTOS ADMINISTRACIÓN	-	20,965,118	20,965,118	20,965,118	20,965,118	20,965,118
Pago impuestos			4,603,190	5,150,326	5,668,337	6,216,804
Inventario Activos	33,067,200	-	-	-	-	-
Gastos preoperacionales	4,200,500	-	-	-	-	-
EGRESOS	37,267,700	150,072,345	155,207,544	156,260,951	157,312,942	158,399,328
BALANCE	12,544,362	24,101,655	21,156,456	22,179,049	23,323,058	27,751,392
Saldo inicial	12,544,362	12,544,362	36,646,017	57,802,473	79,981,522	103,304,581
Saldo Caja	12,544,362	36,646,017	57,802,473	79,981,522	103,304,581	131,055,972

**5.5.3 Balance general a cinco años.** Con el análisis obtenido en el estado de resultados y flujo de caja se presenta el balance general reflejando lo que tiene la empresa en los activos, lo que debe en los pasivos y el patrimonio con que cuenta. Este se elabora para el análisis del primer año de la puesta en marcha del nuevo punto de venta, en el siguiente cuadro:

Cuadro 75. Balance general consolidado.

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. ACTIVO	\$ 62,696,944	\$ 76,880,524	\$ 91,940,898	\$ 107,979,531	\$ 127,944,697
DISPONIBLE	\$ 35,901,640	\$ 56,042,616	\$ 77,060,386	\$ 99,056,415	\$ 124,978,977
Caja	\$ 35,901,640	\$ 56,042,616	\$ 77,060,386	\$ 99,056,415	\$ 124,978,977
Inventarios	\$ 3,536,196	\$ 3,536,196	\$ 3,536,196	\$ 3,536,196	\$ 3,536,196
ACTIVOS FIJOS	\$ 26,795,304	\$ 26,795,304	\$ 26,795,304	\$ 26,795,304	\$ 26,795,304
No Depreciables	\$ 2,965,720	\$ 2,965,720	\$ 2,965,720	\$ 2,965,720	\$ 2,965,720
Depreciables	\$ 26,691,480	\$ 26,691,480	\$ 26,691,480	\$ 26,691,480	\$ 26,691,480
Depreciación Acumulada	\$ 5,338,296	\$ 10,676,592	\$ 16,014,888	\$ 21,353,184	\$ 26,691,480
Total depreciación	\$ 21,353,184	\$ 16,014,888	\$ 10,676,592	\$ 5,338,296	\$ 0
DIFERIDOS	\$ 3,095,500	\$ 3,095,500	\$ 3,095,500	\$ 3,095,500	\$ 3,095,500
Amortización diferidos	\$ 619,100	\$ 1,238,200	\$ 1,857,300	\$ 2,476,400	\$ 3,095,500
Total diferidos	\$ 2,476,400	\$ 1,857,300	\$ 1,238,200	\$ 619,100	\$ 0
2. PASIVO	\$ 6,287,530	\$ 6,755,466	\$ 7,199,227	\$ 7,668,494	\$ 9,119,108
IMPUESTOS	\$ 6,287,530	\$ 6,755,466	\$ 7,199,227	\$ 7,668,494	\$ 9,119,108
3. PATRIMONIO	\$ 56,409,414	\$ 70,125,058	\$ 84,741,671	\$ 100,311,037	\$ 118,825,589
CAPITAL SOCIAL	\$ 43,643,824	\$ 43,643,824	\$ 43,643,824	\$ 43,643,824	\$ 43,643,824
Rendimiento o Perdida	\$ 11,489,031	\$ 23,833,111	\$ 36,988,062	\$ 51,000,492	\$ 67,663,589
Reserva legal	\$ 1,276,559	\$ 2,648,123	\$ 4,109,785	\$ 5,666,721	\$ 7,518,177
TOTAL PASIVO Y PAT	\$ 62,696,944	\$ 76,880,524	\$ 91,940,898	\$ 107,979,531	\$ 127,944,697

## 5.6 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

Las proyecciones financieras, permiten conocer que para la puesta en marcha de la empresa se requiere una inversión en maquinaria y equipos de \$24.305.900, en muebles y enseres de \$6.206.300 y equipos de oficina de \$2.555.000 correspondiente a una inversión fija de \$33.067.200, fundamental para el inicio de la empresa.

Se requiere una inversión total de \$49.812.062, los cuales aportados con recursos propios.

Es de resaltar que el precio de venta para cada estudio es en foto documentos \$6.000, estudio de 15x20 en \$30.000, de 20x30 en \$40.000, de 30x40 en \$50.000, los cuales están acorde al precio promedio de estudios similares.

Desde el primer y hasta el quinto año el balance del ejercicio financiero es muy positivo dado que se presentan utilidades, pudiendo cubrirse todos los egresos con los ingresos obtenidos.

El flujo de caja es altamente positivo ya que al culminar el primer año permite ir recuperando la inversión por sus utilidades.

Se considera el proyecto viable desde el punto de vista financiero pues muestra una buena marcha y tendencia de crecimiento en las ventas, así como de las utilidades año tras año durante los cinco años de vida útil del proyecto.

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

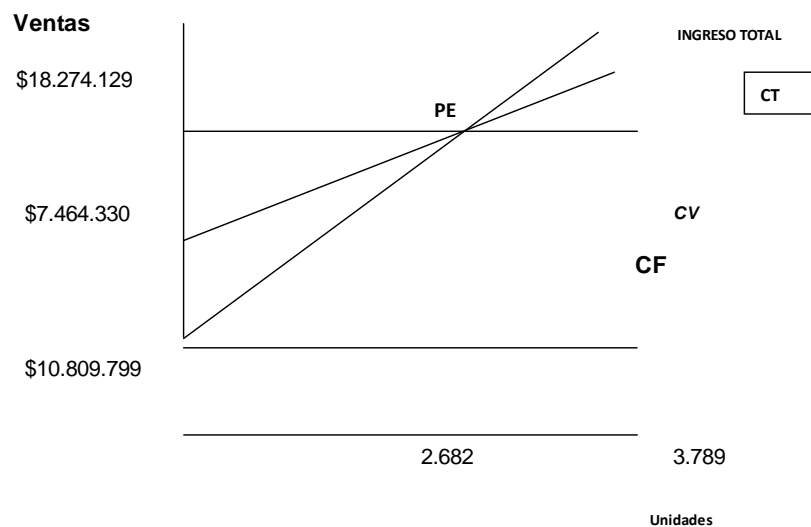
### 6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para la empresa se halla aplicando la fórmula de COSTOS FIJOS sobre el PRECIO DE VENTA menos el COSTO VARIABLE UNITARIO, que una vez reemplazada para cada uno de los estudios da como resultado que el nuevo punto de venta lo logra con los ingresos de 2.862 estudios de foto documento, 1.113 estudios de 15x20, 1.005 estudios de 20x30, 1.059 estudios de 30x40. Ver siguiente cuadro:

Cuadro 76. Punto de equilibrio de la empresa.

ESTUDIO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	CANTIDAD	Pvta-Cvu = MC	P.E.
Documento	\$10.809.799	\$ 7.464.330	3.789	6.000-1.970=4.030	2.682
15 x 20	\$28.105.479	\$5.989.452	1.262	30.000-4.746=25.254	1.112
20 x 30	\$33.510.378	\$8.389.776	1.262	40.000-6.648=33.352	1.005
30 x 40	\$35.672.338	\$ 20.590.792	1.262	50.000-16.316=33.684	1.059
TOTAL	\$108.097.995	\$42.434.350	9.145		5.859

Gráfica 12. Punto de Equilibrio de la empresa estudio foto documento.



## 6.2 IMPACTO SOCIAL

Socialmente el proyecto de creación de un nuevo punto de venta de la empresa Emkcolor fotografía digital, en el municipio de Sabana de Torres, aporta aspectos muy positivos como lo son principalmente, ofrecer a la población en general el conservar recuerdos gratos a través de una fotografía que trasciende con un mejor perfil a medida que pasan los años.

De igual forma, dar a conocer la ciudad con una cara diferente, de trabajo, de crecimiento de productividad, de gente pujante que mira hacia un mejor estar, dando también a conocer los sitios turísticos, el auge que el sector hotelero está manejando así como el de las empresas contratista y la gente que con miras laborales está actualmente radicada en la ciudad.

El proyecto constituye en el entorno de la economía local, pues permite de una u otra forma ser un foco de desarrollo en el municipio de Sabana de Torres, no solo beneficiando a los socios sino también a todo su entorno pues el beneficio sobre la población será notable, y estimulará la puesta en marcha de nuevos proyectos emprendedores.

Aunado a los aspectos arriba mencionados se cuenta también con la oportunidad de la generación de empleos directos e indirectos, ser parte de un sector con tendencias innovadoras con la técnica del photo shop profesional y de manera especial contribuir a la publicidad de las empresas con una línea vanguardista y de calidad.

Una nueva alternativa de inversión para los proponentes del proyecto que incide en una mejor calidad de vida debido a la ganancia que se incrementa y mejora durante los cinco años de vida útil así como el enriquecimiento del conocimiento tanto a nivel administrativo y empresarial.

### 6.3 IMPACTO AMBIENTAL

Para el caso de la creación de un nuevo punto de venta de la empresa Emkcolor fotografía digital, son menores los efectos ambientales que se generan en el desarrollo de sus actividades, por ser una empresa de servicios, pero de contribuir con el medio ambiente en el rol empresarial, se plantea un diagnóstico ambiental con su respectivo plan de mitigación atendiendo a los residuos sólidos y de carácter reciclable, los cuales se presentan en los siguientes cuadros:

Cuadro 77. Valoración del impacto ambiental.

FACTOR ANALIZADO	EFECTOS DE CONTAMINACIÓN
<p>CONTAMINACIÓN DEL AGUA. En la puesta en marcha del nuevo punto de venta, de los aspectos contaminantes referente al agua sólo se toca el de aguas residuales.</p> <p>AGUAS RESIDUALES. Le compete este factor por la labor de la limpieza tanto del local, como el baño, área administrativa, operativa, entre otros.</p>	<p>RESIDUOS LIQUIDOS. Se presentan residuos líquidos de la lavada y trapeada del local, uso del baño, por parte del recurso humano estimado para laborar en la empresa y las griferías tanto de lavamanos en baños, como de griferías y lavado de traperos.</p>
<p>CONTAMINACIÓN ACÚSTICA. Para efectos de la prestación de un servicio como lo es el ser servicios de fotografías, se presenta principal ruido en el manejo de la impresión de fotos, para los clientes.</p>	<p>RUIDOS. Se presentan principalmente por el manejo de impresoras, como de la papelería a procesar en la prestación del servicio.</p>
<p>CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA. Debido a que la puesta en marcha del nuevo punto de venta, se perfila principalmente como un servicio y en la impresión de fotografías no se emiten gases, vapor de agua entre otros no se presenta este tipo de contaminación.</p>	<p>NO APLICA.</p>
<p>CONTAMINACIÓN DE SUELOS. Aquí se tiene en cuenta principalmente los residuos sólidos, los cuales los hay orgánicos e inorgánicos y si intervienen en el proceso de la puesta en marcha del nuevo punto de venta.</p>	<p>DESECHOS INORGANICOS. Se presentan por la atención al cliente en el manejo de su pedido y están, papel, cajas de cartón, desecho de bolsas plásticas, vasos desechables, latas, botellas de vidrio, estas últimas dejadas por el consumo interno de trabajadores y externo de clientes que quieren hacer una compra.</p>

FACTOR ANALIZADO	EFFECTOS DE CONTAMINACIÓN
	DESECHOS ORGÁNICOS. Conchas de frutas, entre otros, dejados por el consumo interno de trabajadores y externo de clientes que quieren hacer una compra.

Cuadro 78. Mitigación de riesgos.

CONTAMINACIÓN GENERADA	PLAN DE MITIGACIÓN DE RIESGOS
CONTAMINACIÓN DEL AGUA. RESIDUOS LÍQUIDOS.	Las aguas resultantes del lavado del local, baños, cafetería y utensilios por no presentan contaminación tóxica al ser humano pueden tener sus desagües en vertimientos internos de la empresa como los lavaplatos, lavamanos y rejillas adaptadas para dicha función.
CONTAMINACIÓN ACÚSTICA. RUIDOS	El ruido generado por las impresoras al imprimir las fotografías solicitadas, no debe superar los 120 decibeles, por lo cual se recomienda adquirir impresoras de bajos decibeles como las que están presentes en el mercado de máximo 45 decibeles.
CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA.	NO APLICA. NO SE EMITEN GASES O VAPORES A LA ATMÓSFERA.
CONTAMINACIÓN DE SUELOS. DESECHOS INORGÁNICOS DESECHOS ORGÁNICOS	Desechos inorgánicos: Se recomienda que sean entregados a recicladores de la ciudad estableciendo un horario adecuado que no interfiera en el normal funcionamiento de la empresa.  Desechos orgánicos: Se recomienda almacenarlos por separados y entregarlos a granjeros del municipio, que lo utilizan como alimento o preparado de concentrado para sus animales.

## 6.4 IMPACTO FINANCIERO

Para realizar la evaluación financiera se toman como base el flujo de caja proyectado, se halla el valor presente neto del proyecto y la tasa interna de retorno.

**6.4.1 Valor Presente Neto VPN.** Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para efectos de este proyecto se estima la tasa de oportunidad del mercado, a través del costo del dinero en el mercado teniendo en cuenta la tasa de oportunidad del mercado de 5,75%<sup>23</sup> representada en los (T.E.S. Títulos de Deuda Pública del Banco de la República) y calculando el proyecto con un riesgo medio del 10%. Se aplicó la fórmula de tasas sucesivas para determinar la tasa de oportunidad del mercado y calculando el proyecto con un riesgo medio del 10.

Donde:

T<sub>1</sub> es 5,75%

T<sub>2</sub> es 10%

TOM + Riesgo =  $(1 + I_1) (1+I_2) - 1 = 16,33\%$

Cuadro 79. Cálculo de la tasa de oportunidad del mercado.

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	PORCENTAJE	PERIODO
Tasa Libre de Riesgo	5.75%	TES a 5 años
Prima de Riesgo Media	10.00%	Anual
TMRR	16.33%	Anual
Beneficio Tributario	33.00%	Anual
Costo Efectivo del Crédito	14.06%	Anual
COSTO PROMEDIO DE CAPITAL	15.59%	Anual
Tasa de Inflación	3.36%	Para el 2013
Tasa de Descuento Deflactada	11.83%	Anual

Ver VPN hallado para evaluar el proyecto en el siguiente cuadro:

<sup>23</sup> EL TIEMPO. Economía y negocios. Los títulos de tesorería van por bien camino, dice Minhacienda. Colombia colocó TES por 260 millones. Recuperado julio 15 de 2013. Disponible en: [http://www.eltiempo.com/economia/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12922306.html](http://www.eltiempo.com/economia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12922306.html)

Cuadro 80. Valor presente neto.

AÑO	VALOR	VALOR PRESENTE	TASA DE DESCUENTO
0	\$ -49,812,062	\$ -49,812,062	
1	\$ 24,101,655	\$ 21,552,048	11.83%
2	\$ 21,156,456	\$ 16,917,114	
3	\$ 22,179,049	\$ 15,858,713	
4	\$ 23,323,058	\$ 14,912,560	
5	\$ 27,751,392	\$ 15,866,939	
	VPN INGRESOS	\$ 85,107,373	
	VPN EGRESOS	\$ -49,812,062	
	VPN	\$ 35,295,311	
	TIR	37.06%	

De los resultados obtenidos en esta evaluación se deduce que como es mayor a 0, es viable y atractivo la puesta en marcha del proyecto para los socios fundadores.

**6.4.2 Tasa interna de retorno TIR.** Se define como la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero ( $\sum VPN = 0$ ); es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es aquella que sirve para determinar la rentabilidad del proyecto, facilitando la tasa de interés con que el inversionista está recuperando lo que aportó y de esta manera saber si vale la pena el proyecto o si es mejor invertir su dinero en otro tipo de negocio que le resulte más rentable. Con base en los datos arrojados por el Flujo Neto de Caja (FNC), y teniendo en cuenta las premisas anteriores se procedió a calcular la TIR aplicando la fórmula, dando como resultado el 37,06%, lo cual indica que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y además produce un rendimiento adicional, por lo tanto resulta llamativo el proyecto. Ver cálculo de la TIR hallada en excell y representación gráfica en el siguiente cuadro y figura.

**6.4.3 Período de recuperación.** Analizando la utilidad de los resultados del flujo de caja la recuperación de la inversión se logra en el tercer año, ver siguiente cuadro:

Cuadro 81. Período de recuperación.

AÑO	UTILIDAD	RECUPERACIÓN	INVERSIÓN
1	\$ 24,101,655	\$ 24,101,655	
2	\$ 21,156,456	\$ 21,156,456	
3	\$ 22,179,049	\$ 4,553,951	\$ 49,812,062
4	\$ 23,323,058		
5	\$ 27,751,392		

**6.4.4 Análisis de las razones financieras.**

Ver en el siguiente cuadro con las respectivas fórmulas, resultados y análisis.

Cuadro 82. Razones Financieras.

INDICADOR		FÓRMULA				
1. LIQUIDEZ						
1.1 Capital de Trabajo		Activo Cte - Pasivo Cte				
2. ENDEUDAMIENTO						
2.1 Endeudamiento		$(\text{Pasivo} / \text{Activo}) * 100$				
3. SOLVENCIA						
3.1 Rotación de activo total		$\text{Ingreso Operacional} / \text{Activo}$				
4. RENTABILIDAD						
4.1 Rentabilidad de la Inversión		$(\text{Utilidad Neta} / \text{Activo}) * 100$				
RAZÓN FINANCIERA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1.LIQUIDEZ	\$ 28,153,033	\$ 45,442,653	\$ 63,683,493	\$ 82,930,685	\$ 105,176,664	
2.ENDEUDAMIENTO	5,62	5,40	5,15	4,94	5,47	
3.SOLVENCIA	2,02	1,80	1,56	1,34	1,14	
4.RENTABILIDAD	9.5%	9.8%	10.01%	10.2%	10,5%	

Con la prueba de liquidez se observa que la empresa a crear en el primer año de funcionamiento logra cubrir sus costos y gastos reflejando una buena capacidad para cubrir sus pagos.

Se refleja que el nivel de endeudamiento es bajo y se debe a los pagos de impuestos que se pagan al año siguiente de haberse causado, puesto que los socios de la empresa no toman la opción del crédito sino que parten de recursos propios.

Se observa así mismo una rotación de activo total, reflejando que las ventas netas siempre van a ser mayor que los activos totales.

Se pudo conocer que la actividad de la empresa desde el inicio presenta ganancias de 9.5%, llegando hasta al quinto año a 10.5% por el volumen de ventas que se incrementa anualmente, siendo positiva para el desarrollo del proyecto.

Se observa según las razones financieras halladas que el nuevo punto de venta por la ventas generadas muestra una liquidez que le permite cubrir todos los egresos, un bajo endeudamiento, buena solvencia y un margen promedio de utilidad del 10%.

## **6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

El punto de equilibrio para el primer año lo logra la empresa con la venta de 2.682 estudios de foto documento, 1.112 estudios de 15x20, 1.005 estudios de 20x30, 1.059 estudios de 30x40 para un total de 5.859 estudios en total, buscando cubrir todos los egresos que genera la actividad fotográfica.

Con respecto al valor presente neto se pudo conocer que es positivo superior a 1 y que asciende a un valor de \$35.295.311, el cual es atractivo para el inversionista, de igual forma que la tasa interna de retorno de 37.06%.

En cuanto a la inversión esta muestra una recuperación en el tercer año debido al volumen de ventas de la empresa, se observa la liquidez de la empresa para la creación de nuevo punto de venta ya que se va a hacer con recursos propios, y arroja una rentabilidad promedio en el margen del 10%, por lo cual financieramente evaluado el proyecto este se considera viable.

## 7. CONCLUSIONES

El 90% de la población encuestada requiere de estudios fotográficos principalmente para foto documentos.

La oferta está dada por Foto Luke, que es la más solicitada, foto Sabana, Papelería Díaz Gallego y frente a cremas, se tiene en cuenta que según los encuestados los sitios son tomados como buenos en la prestación del servicio y hay que entrar a competir con calidad.

El aspecto más importante a la hora de tomar el servicio es el retoque personalizado y rapidez en la entrega.

Los precios promedios del mercado van desde \$5.800 hasta \$60.000 según sea el estudio escogido.

Se escoge como canal de comercialización el directo ya que como se trata de un servicio, lo ideal es tener la atención directa nuevo punto de venta – consumidor final.

Los factores determinantes del tamaño del proyecto, no presentan limitaciones debido a que los recursos físicos, humanos e insumos, técnicos, se tienen en entorno local, regional y nacional.

El local escogido se encuentra ubicado en la zona de mayor afluencia de personal del municipio de Sabana de Torres, lugar céntrico y de reconocimiento por parte de la población en general, con fácil acceso y con un canon asequible, a través de arrendamiento con el propietario del inmueble y que la distribución de la planta física del mismo contempla tres áreas dentro de las que están la comercial, la administrativa y la operativa.

El nuevo punto de venta se crea como una persona natural cuyo propietario es el señor Edgar Malagón, debe registrarse ante la Cámara de Comercio y tiene la opción de dejar el mismo nombre e incluso colocarle otro; cuenta con estructura organizacional, está compuesta por 6 empleos directos y uno indirecto.

Para la puesta en marcha del nuevo punto de venta de la empresa Emkcolor se requiere de una inversión de \$49.812.062, los cuales se aportan por parte del propietario con los recursos de las actuales contrataciones que maneja en el entorno privado y público a través de la alcaldía municipal de Barrancabermeja y la gestión a cumplir con recursos del Fondoemprender del SENA, a través del apoyo logístico de su compañero de proyecto Ricardo Angarita Bertel, asesor de estos proyectos.

El punto de equilibrio para la puesta en marcha del proyecto se logra con la venta de 2.682 estudios para foto documentos, 1.112 estudios 15x20, 1.005 estudios 20x30, 1.059 estudios de 30x40, los cuales pueden ser para eventos familiares y publicitarios.

Con la estimación de egresos, ingresos se denotan resultados económicos positivos por las ganancias que genera la oportunidad de negocio desde el primer año de funcionamiento, como se pudo conocer a través del estado de resultados, el flujo de caja hallado permite conocer que la inversión se recupera en el tercer año de funcionamiento del nuevo punto de venta. De igual forma, el estudio deja entrever la viabilidad del proyecto con un valor presente neto de \$35.295.311 y una tasa interna de retorno de 37.06%, muy atractiva para la inversión debido a las ventas de varios tipos de estudios fotográficos.

## **8. RECOMENDACIONES**

Innovación tanto en la toma de fotografías como en la tecnología y la inmediatez en la entrega de cada estudio.

Realizar el feedback en la prestación del servicio para lograr la mejora continua.

Hacer buen uso de la tecnología y página web, para apoyarse con la oficina de Barrancabermeja, con el fin de lograr un mejor retoque y photo shop que es lo que más requieren los clientes.

Realizar los mantenimientos preventivos a la maquinaria de tal forma que no presenten inconvenientes ni atrasos en la prestación del servicio.

Mantener y dar aplicabilidad al plan de mitigación ambiental para evitar impactos negativos al medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA

BOHÓRQUEZ AYA, Edwin. La revolución de la fotografía. Septiembre 30 de 2011. Disponible en: <http://www.lespectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso-revolucion-de-Fotografia>.

FIRA DE BARCELONA, El sector de la fotografía y la imagen. Septiembre 28 de 2011. Disponible en: [http://www.firabcn.es/contenidos/uploads/portal/resources/files/BEA%20Repository/desktop/efiraSalones/S027009/FiraDestacat/general/Informe\\_Sonimagfoto.pdf](http://www.firabcn.es/contenidos/uploads/portal/resources/files/BEA%20Repository/desktop/efiraSalones/S027009/FiraDestacat/general/Informe_Sonimagfoto.pdf)

GATGEDMANIA. La industria fotográfica crea nuevos productos para resistir el empuje digital. Septiembre 28 de 2011. Disponible en: <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/gadgetmania/2007/04/24/la-industria-fotografica-crea-nuevos-productos-para-resistir-el-empuje-digital/>

GUEVARA César, QUINTERO Guillermo. Organización y método. IREDI-U.I.S. Bucaramanga. 1996. p. 15. Libro guía en el desarrollo metodológico de un proyecto especialmente para el desarrollo del área técnica y administrativa.

KREIBOHM, Mónica. La evolución de la fotografía. Recuperado 28 de Septiembre de 2011. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/fotointro/>.

LÓPEZ, Manuel. Euforia en el sector foto imagen. Septiembre 28 de 2011. Disponible en: <http://www.periodistas-es.org/myblog/manuel-lopez/euforia-en-el-sector-foto-imagen-por-el-crecimiento-espectacular-de-las-ventas-de-camaras>.

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Santa fe de Bogotá. Editorial Mac Graw Hill. 245 p.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Identificación-Formulación, Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental. Cuarta edición. Bogotá: mm editores, 2003. 438 p. Guía indispensable en los aspectos o etapas a desarrollarse en la realización de la investigación.

SÁNCHEZ TORRES, Carlos A., Nuevo régimen jurídico del medio ambiente. Ediciones rosaristas, primera edición 1994. Aporta los lineamientos de carácter legal necesarios para la puesta en marcha del proyecto y poder darle cumplimiento.

THOMPSON, Iván. Tipos de organigramas. Recuperado octubre 15 de 2011. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Apuntes Básicos para la Preparación de proyectos, Bucaramanga: La Universidad. Sin fecha. Guía que genera la universidad para informar al alumno y necesaria para cumplir los pasos en la realización del trabajo de investigación.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresa, Segunda Edición, Bogotá 2001, 400p. Útil para el desarrollo de la investigación y propuesta administrativa de la empresa a crear.

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de proyectos de Inversión. Primera Edición, Bucaramanga 1987.241p. Guía indispensable en los aspectos o etapas a desarrollarse en la realización de la investigación.

# **ANEXOS**

## ANEXO A. FORMATO ENCUESTA

FORMATO DE ENCUESTA
<b>OBJETIVO</b>
En la búsqueda de promover la creación de un estudio fotográfico en el municipio de Sabana de Torres, se presenta este cuestionario solicitándole responder con objetividad.
<b>1. ¿CONOCE USTED LA FOTOGRAFÍA DIGITAL?</b> a. Si ____ b. No ____
<b>2. ¿REQUIERE USTED DE LA ATENCIÓN DE UN CENTRO FOTGRÁFICO?</b> a. Si ____ Siga respondiendo la encuesta. b. No ____ Finalice la encuesta. ¿PORQUÉ? _____.
<b>3. ¿QUÉ TIPO DE ESTUDIOS ESTÁ ACTUALMENTE SOLICITANDO EN UN CENTRO FOTOGRAFICO?</b> a. Fotos para documentos _____ b. Fotos para eventos (grados, quince años, matrimonios) _____ c. Fotografía publicitaria para (pendones, vallas, pasacalles, souvenirs) _____ d. Otro ¿Cuál? _____.
<b>4. ¿SEGÚN EL TIPO DE ESTUDIO FOTOGRAFICO CUÁNTOS ESTÁ SOLICITANDO POR AÑO EN UN CENTRO FOTOGRAFICO?</b> _____.
<b>5. ¿QUÉ PRESUPUESTO ESTÁ DISPUESTO A INVERTIR SEGÚN EL SERVICIO SOLICITADO?</b> Precios Fotos para documentos. a. (Tamaño 3x4 – 4 fotos) 1.000 - 6.000 ____ b. (Tamaño 3x4 - 9 fotos) 6001 - 10.000 ____ c. (Tamaño 3x4 -12 fotos) Más de 10.000 ____  Precios Fotos para eventos. a. (Tamaño 15x20–4 fotos) 20.000 - 30.000 ____ b.(Tamaño 20x30–4 fotos) 30.001 - 40.000 ____ c. (Tamaño 30x40-4 fotos) 40.001 - 50.000 ____ d. (Otros tamaños) Más de 50.000 ____

Precios Fotografía publicitaria.

a. 50.000 - 100.000 \_\_\_\_\_

b. 100.000 - 150.000 \_\_\_\_\_

c. 150.000 - 200.000 \_\_\_\_\_

**6. ¿EN QUÉ HORARIO PREFERIRÍA ASISTIR PARA TOMAR EL SERVICIO?**

a. Mañana \_\_\_\_\_

b. Tarde \_\_\_\_\_

c. Noche \_\_\_\_\_

d. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_.

**7. ¿QUÉ DÍAS DE LA SEMANA?**

a. Lunes a Viernes \_\_\_\_\_

b. Sábados \_\_\_\_\_

c. Domingos \_\_\_\_\_

d. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_.

**8. ¿ACTUALMENTE QUÉ CENTROS FOTOGRÁFICOS FRECUENTA PARA LA SOLICITUD DE SU SERVICIO?**

\_\_\_\_\_.

**9. ¿QUÉ CONCEPTO TIENE DEL SERVICIO PRESTADO POR EL CENTRO FOTOGRÁFICO DONDE TOMA SUS FOTOGRAFÍAS ACTUALMENTE?**

a. Excelente \_\_\_\_\_

b. Bueno \_\_\_\_\_

c. Regular \_\_\_\_\_

d. Malo \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_.

**10. ¿QUÉ ASPECTO DETERMINANTE TIENE USTED A LA HORA DE ELEGIR CENTRO FOTOGRÁFICO?**

a. Precio \_\_\_\_\_

b. Variedad \_\_\_\_\_

c. Agilidad \_\_\_\_\_

d. Buena atención \_\_\_\_\_

e. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_.

**11. ¿SE REQUIERE DEL SERVICIO DE FOTOGRAFÍA DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES?**

a. Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_

b. En desacuerdo \_\_\_\_

c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo \_\_\_\_


d. De acuerdo \_\_\_\_

e. Totalmente de acuerdo \_\_\_\_

¿PORQUÉ? \_\_\_\_\_.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## ANEXO B. COTIZACIONES VARIAS




- Diseño de Ingeniería
- Diseño Gráfico
- Plotter a Color
- Copias y Scanner de Planos
- Impresión Digital Exterior

**COTIZACION**

VERSION: 3

FECHA: 20.07.08



**COT-256/13**

**Barrancabermeja, 16 de Mayo de 2013**

Tel: \_\_\_\_\_ CEL: 301 370 2066 e-mail: lucitoneonata72@hotmail.com

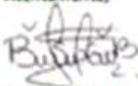
En respuesta a su amable solicitud de cotización, me permito describir a continuación el valor unitario:

1	Elaboracion de Aviso panaflex con impresión en lona banner instalado en sitio Tam 150x60cm	\$ 320.000	\$ 320.000
1000	Tarjetas de presentacion a color plastificado brillante x 1 cara		\$ 90.000
1	Perdon en banner con perfiles Tam 90x120cm	\$ 60.000	\$ 60.000
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 470.000</b>
		<b>IVA DE 16%</b>	<b>\$ 75.200</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 545.200</b>

**SON: QUINIENTOS CUARENTA Y CINCO MIL DOSCIENTOS PESOS MCTE.**

**NOTA:** Para el inicio del trabajo se solicita el 50% y el otro 50% en la entrega final del trabajo.  
Validez de la oferta: 30 días hábiles

Atentamente,



**BIBIANA GOMEZ**

Calle 50 No. 16 - 46 | Barrio Colombia | 622 80 94 | 662 10 24 | 310 553 27 23 | amrdigital@yahoo.es | Barrancabermeja - Santander



**Aire Acondicionado Minisplit  
Inverter De 24000 Btu LG**

**\$2.500.000 LG** c/u

Aire Acondicionado Minisplit Inverter De  
12.000btu Lg



**Cámara  
fotográfica  
nikon D**

**\$3.300.000**