

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE
COMUNICACIÓN, COPIADO Y PAPELERÍA EN EL MUNICIPIO DE GIRÓN
SANTANDER

CLAUDIA GARCÍA PÉREZ
JORGE EDUARDO VELANDIA QUINTERO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2008

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE
COMUNICACIÓN, COPIADO Y PAPELERÍA EN EL MUNICIPIO DE GIRÓN
SANTANDER

CLAUDIA GARCÍA PÉREZ
JORGE EDUARDO VELANDIA QUINTERO

Proyecto de grado para optar el título
de Profesional en Gestión Empresarial

Director:
Ingeniero JAIME ENRIQUE SARMIENTO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2008

AGRADECIMIENTOS

- A los tutores y asesores por su invaluable aporte al crecimiento personal e intelectual.
- A nuestros compañeros que participaron y aportaron con conocimientos y sugerencias al desarrollo de la idea emprendedora.
- A nuestros amigos que de una u otra forma facilitaron y contribuyeron en cada escalón que se iba dejando atrás.
- Al director de proyecto, Ingeniero Jaime Enrique Sarmiento, quien no solo nos orientó, sino que, además, aportó sus conocimientos y siempre siguió muy de cerca el desarrollo de esta idea.
- A ellos gracias, pero especialmente a nuestras familias con los que hemos recorrido el arduo camino que nos lleva al logro y fueron el apoyo de todas las luchas y esfuerzos que se hicieron.
- Pero sobre todas las cosas está Dios, quien en su infinita bondad nos bendijo proporcionándonos tiempo, dinero y energía para culminar con éxito esta importante etapa.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1. GENERALIDADES	21
1.1 EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	21
1.2 LAS TELECOMUNICACIONES EN EL MUNDO	24
1.3 EL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES EN COLOMBIA.	26
1.4 BUCARAMANGA A LA VANGUARDIA EN INTERNET INALÁMBRICO DE BANDA ANCHA	28
1.5 TELECOMUNICACIONES EN GIRÓN	29
1.6 TENDENCIAS DE LOS CENTROS DE COMUNICACIÓN	30
1.7 LOS INICIOS DEL INTERNET	31
1.8 INICIO DE LAS SALAS DE INTERNET	32
2. ESTUDIO DE MERCADOS	33
2.1 OBJETIVOS	33
2.1.1 Objetivo General	33
2.1.2 Objetivos Específicos	33
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	33
2.2.1 Definición Usos y Especificaciones Técnicas	36
2.2.2 Productos sustitutos	38
2.2.3 Productos complementarios	38
2.2.4 Atributos diferenciadores	38
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	39
2.3.1 Mercado potencial	39
2.3.2 Mercado objetivo	40
2.4 LA DEMANDA	41
2.4.1 Investigación de mercados	41

2.4.2 Proyección de la demanda.	69
2.5 LA OFERTA	70
2.5.1 Necesidades de información	70
2.5.2 Ficha técnica	71
2.5.3 Análisis de la situación actual de la competencia	71
2.5.4 Proyección de la oferta (Competencia)	73
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	75
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	76
2.7.1 Estructura de los canales actuales	76
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	78
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	79
2.8 PRECIO	79
2.8.1 Análisis de precios	79
2.8.2 Estrategia de fijación de precios	80
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	85
2.9.1 Objetivos	85
2.9.2 Logotipo	85
2.9.3 Lema	86
2.9.4 Análisis de Medios	86
2.9.5 Selección de Medio	88
2.9.6 Estrategia de Publicidad	88
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	89
3. ESTUDIO TÉCNICO	91
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	91
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	91
3.1.2 Factores que condicionan y determinan el tamaño del proyecto.	92
3.1.3 Capacidad del proyecto	93
3.2 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN	100
3.2.1 Macro localización	100
3.2.2 Micro localización	100

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	102
3.3.1 Ficha Técnica del producto	102
3.3.2 Descripción técnica del proceso	104
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento para las compras.	107
3.3.4 Control de calidad	108
3.3.5 Recursos	108
3.3.6 Estudio de proveedores	110
3.3.7 Distribución de la Planta	112
3.3.8 Logística de distribución	113
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	113
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	114
4.1.1 Clase de Empresa	114
4.1.2 Trámites de Constitución	115
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	116
4.2.1 Visión	116
4.2.2 Misión	116
4.2.3 Objetivos	116
4.2.4 Políticas	117
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	118
4.3.1 Organigrama	118
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	119
4.3.3 Asignación salarial	122
5. ESTUDIO FINANCIERO	125
5.1 INVERSIÓN	125
5.1.1 Inversión Fija	125
5.1.2 Inversión diferida	128
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	129
5.1.4 Inversión total	133
5.2 COSTOS	134

5.2.1 Costos fijos y variables	134
5.2.2 Costos totales unitarios	136
5.2.3 Precio de venta	136
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	137
5.3.1 Egresos proyectados	137
5.3.2 Ingresos proyectados	137
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	138
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	142
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	143
5.7 BALANCE GENERAL	143
5.8 ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS	145
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	148
6.1 IMPACTO SOCIAL	148
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	150
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	154
6.3.1 Valor presente	154
6.3.2 Tasa interna retorno TIR	155
6.3.3 Periodo de Recuperación de la Inversión PRI	156
BIBLIOGRAFÍA	159
ANEXOS	162

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Número de habitantes zona del carrizal.	40
Tabla 2. Población censada por nivel educativo	41
Tabla 3. Ficha técnica de la demanda	44
Tabla 4. Servicios utilizados	45
Tabla 5. Consumo de fax	46
Tabla 6. Consumo de fotocopias	47
Tabla 7. Consumo horas de internet	48
Tabla 8. Consumo minutos de telefonía	49
Tabla 9. Alquiler de computador	50
Tabla 10. Frecuencia utilización scanner	51
Tabla 11. Frecuencia impresión de hojas	52
Tabla 12. Servicios encontrados con facilidad	53
Tabla 13. Hábito de utilización de productos de papelería	54
Tabla 14. Hábito de consumo de papelería al mes	56
Tabla 15. Precio pagado por hoja de fax	57
Tabla 16. Precio pagado por hoja de fotocopia	58
Tabla 17. Precio pagado por hora internet	59
Tabla 18. Precio pagado por minuto de celular	60
Tabla 19. Precio pagado por hora de alquiler de computador	61
Tabla 20. Precio pagado por scanner hoja	62
Tabla 21. Precio pagado por hoja impresa	63
Tabla 22. Servicios que le gustaría encontrar	64
Tabla 23. Utilización de los servicios	66
Tabla 24. Preferencia de ubicación de proyecto	67
Tabla 25. Situación actual de la demanda	68

Tabla 26. Demanda actual del servicio al año	69
Tabla 27. Proyección de la demanda	70
Tabla 27. Proyección de la demanda	70
Tabla 28. Ficha técnica de la oferta	71
Tabla 29. Oferta actual del servicio al año	72
Tabla 30. Oferta anual consolidada por producto	73
Tabla 31. Promedio tasa de crecimiento anual del sector	74
Tabla 32. Proyecciones de la oferta	74
Tabla 33. Demanda insatisfecha	75
Tabla 34. Lista de precios estimados	83
Tabla 35. Precio de los artículos de papelería	83
Tabla 36. Presupuesto	89
Tabla 37. Gastos de lanzamiento	90
Tabla 38. Capacidad diseñada	94
Tabla 39. Capacidad instalada	95
Tabla 40. Capacidad utilizada	98
Tabla 41. Participación de la capacidad utilizada sobre la demanda insatisfecha	99
Tabla 42. Ponderación del estudio de micro localización	101
Tabla 43. Determinación de la ubicación	101
Tabla 44. Ficha técnica del producto	102
Tabla 45. Inversión en arrendamientos para la prestación de servicios	125
Tabla 46. Inversión en construcciones	125
Tabla 47. Maquinaria y equipo	126
Tabla 48. Muebles y enseres	126
Tabla 49. Equipo de oficina	127
Tabla 50. Total inversión fija	128
Tabla 51. Inversión diferida	129
Tabla 53. Mano de obra directa	131
Tabla 54. Costos indirectos de prestación del servicio	131

Tabla 55. Costo total prestación de servicios	132
Tabla 56. Gastos de administración y ventas	132
Tabla 57. Capital de trabajo	133
Tabla 58. Inversión total	133
Tabla 59. Costos fijos y variables	134
Tabla 60 Detalle costos fijos costos variables	135
Tabla 61. Costos totales unitarios	136
Tabla 62. Precio de venta	137
Tabla 63. Egresos proyectados	137
Tabla 64. Ingresos proyectados	138
Tabla 65. Equilibrio del punto de venta	140
Tabla 66. Flujo de caja proyectado	142
Tabla 67. Estado de resultados proyectado	143
Tabla 68. Balance General proyectado	144
Tabla 69. Margen bruto	146
Tabla 70. Margen operacional	146
Tabla 71. Margen neto	147
Tabla 72. Análisis de las variables ambientales	152
Tabla 73. Valor presente	155
Tabla 74. Tasa interna retorno TIR	155
Tabla 75. Calculo PRI	156

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Aceptación de los servicios	45
Figura 2. Consumo hojas de fax	46
Figura 3. Consumo hojas de fotocopias	47
Figura 4. Consumo horas internet	48
Figura 5. Consumo de minutos de telefonía	49
Figura 6. Consumo de horas de alquiler de computador	50
Figura 7. Consumo de hojas de scanner	51
Figura 8. Consumo hojas de impresión	52
Figura 9. Servicios encontrados con facilidad	53
Figura 10. Productos utilizados de papelería	55
Figura 11. Consumo de papelería	56
Figura 12 Precio pagado por servicio de fax	57
Figura 13. Precio pagado por fotocopia	58
Figura 14. Precio pagado por hora de internet	59
Figura 15. Precio pagado por minuto de telefonía	60
Figura 16. Precio pagado por hora de alquiler de computador	61
Figura 17. Precio pagado por hoja escaneada	62
Figura 18. Precio pagado por hoja impresa	63
Figura 19. Qué le gustaría encontrar	65
Figura 20. Utilizaría los servicios	66
Figura 21. Dónde le gustaría que estuviera ubicado	67
Figura 22. Canales de comercialización	79
Figura 23. Logotipo	86
Figura 24. Descripción técnica del proceso	105
Figura 25. Diagrama de operación, proceso y procedimiento para las compras	107

Figura 26. Distribución de la planta	112
Figura 26. Organigrama	118
Figura 27. Punto de equilibrio en unidades por producto	141
Figura 28. Punto de equilibrio en pesos por producto	141

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cotización Computador Corel2Duo2	163
Anexo B. Cotización impresora multifuncional HP 4180 color scanner fotocopiadora	164
Anexo C. Cotización Kit alarma inalámbrica contra robo señal telefónica fija celular	165
Anexo D. Cotización Scanner Cannon 1200x2400 USB2	166
Anexo E. Cotización fax	167
Anexo F. Cotización archivador	168
Anexo G. Cotización general de papelería	169
Anexo H. Encuesta	185

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CENTRO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN, COPIADO Y PAPELERÍA EN EL SECTOR EL CARRIZAL DE GIRÓN*

AUTORES: GARCIA PÉREZ, Claudia
VELANDIA QUINTERO, Jorge Eduardo **

PALABRAS CLAVES: Servicios, impresión, fotocopias, scanner, telefonía, Internet, papelería, integral.

DESCRIPCIÓN O CONTENIDO

Este proyecto presenta una idea emprendedora que consiste en ofrecer una serie de servicios de forma integrada en el sector el Carrizal del municipio de Girón Santander. Los servicios conforman 3 grupos como son: Comunicación dentro del cual está inmerso el servicio de telefonía móvil, Internet y envío de fax; Copiado dentro del cual se encuentra el servicio de fotocopiado, impresión y escaneado; Y finalmente la rama de la papelería donde se ofrecerán artículos que la comunidad manifiesta utilizar. Basados en el gran desarrollo tecnológico que este siglo ha traído al mundo y la acogida que tiene en el campo empresarial, se desarrolló un estudio de mercados cuyos resultados permiten determinar que existe un mercado potencial, con una demanda insatisfecha y poca competencia en el sector. Consecuentemente el estudio técnico y administrativo, se diseñó objetivamente de acuerdo a los requerimientos de las empresas modernas y teniendo en cuenta los requerimientos necesarios para la operación del centro, implementando una organización eficiente, eficaz y acorde a las necesidades internas de la organización. El análisis financiero y económico por su parte, muestra unos resultados favorables para los inversionistas, lo cual unido a los demás estudios, ayudan a determinar que el desarrollo e Implementación del proyecto es factible. Por la parte social, la creación de una empresa genera empleo, impuestos, contribución al desarrollo cultural, tecnológico y empresarial.

* Proyecto de grado

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Educación a Distancia, Programa de Gestión Empresarial, Director: Ingeniero Jaime Enrique Sarmiento.

SUMMARY

TITLE: TO STUDY FOR A FACTIBILITY IN THE CREATION OF A COMMUNICATION CENTRE, IN THE CARRIZAL REGION OF GIRÓN*

AUTHORS: GARCÍA PÉREZ, Claudia
VELANDIA QUINTERO, Jorge Eduardo**

KEY WORDS: Services, impression, photocopies, scanner, telephony, Internet, stationery, integral.

CONTENT:

This project presents an enterprising idea in offering several services in the Carrizal region in the municipality of Girón, Santander. These services are grouped in 3: Communication, in which the service of mobility telephony is immersed, Internet and fax sending; Copying, in which is the photocopying service, printing and scanning; And finally the paper supply store where goods will be offered to the community, which declares to use. Based on the great technological development that this century has brought into the world and the welcoming that it has in the enterprise field, an investigation was developed, we developed a market research whose results allowed determining a potential market, with an unsatisfactory demand and little competition in the sector. Consequently, the technical and administrative studies, designed objectively according to the requirements of the modern companies, and taking into account the requirements necessary for the operation of the center, implementing an efficient and effective organization and according to the internal needs of the organization. The financial and economic analysis on the other hand, shows favorable results for the investors, which together with the other studies, helps to determine that the development and Implementation of the project are accurate. In the social part, the creation of a company generates use, taxes, contribution to the cultural, technological and enterprise development of the region.

* Degree work.

** Universidad Industrial de Santander, Institute of Distance Education, Business Management Program, Director: Ingeniero Jaime Enrique Sarmiento.

INTRODUCCIÓN

La apertura económica ha colocado al país y a las empresas de cada región, ante una gran competencia que solo puede enfrentarse con una activa gestión empresarial y tecnológica. En este sentido, la suerte de los procesos de liberación comercial, internacionalización y modernización, entendido como fenómenos nacionales, estarán en manos de los directivos empresariales que tomen la decisión de implantar las nuevas estrategias de innovación en prestación de servicios y presentación de productos; pues son ellos los que con su creatividad e innovación decidirán acertadamente sobre la supervivencia y/o consolidación de las unidades empresariales.

En las economías de mercado la competencia entre empresas se basa cada vez más en su capacidad de crear nuevos productos y nuevos sistemas de organización y de producción.¹ En ellas la forma tradicional de competir, basada en el empleo de la misma tecnología, pierde importancia frente a la competencia innovadora. Esta nueva modalidad no afecta solamente en términos marginales los volúmenes de producción y de utilidades, sino que amenaza la subsistencia misma de la empresa.

Por tal motivo el presente proyecto tiene como finalidad establecer la factibilidad para la creación de un centro integrado de comunicación, copiado y papelería; se determinan algunos aspectos básicos como el problema con sus síntomas, causas, diagnóstico, y la delimitación; partiendo de la investigación actual del mercado, además de unas fuentes básicas para obtener información que sirva de

¹ CADENA, Gustavo et. ol. Administración de proyectos de innovación tecnológica. Ediciones Gernika 1986.

soporte y datos concretos; se justifica sobre la propuesta que permita solucionar el problema, sus bondades y razones argumentadas.

Los Aspectos metodológicos a realizar son básicos para el desarrollo de la investigación el cual se realiza con el ánimo de obtener conocimientos claros para alcanzar los objetivos propuestos. Por medio de las fuentes de información como encuestas y algunas técnicas secundarias, se recopilan datos que sirvan de base para tener claridad frente a las variables determinantes del proyecto, y así poder conocer principalmente el comportamiento del consumidor.

Cada uno de los estudios cuenta con la mayor claridad posible y asociación con la realidad para así poder conocer el entorno que un empresario maneja al implementar un nuevo proyecto.

En el estudio de mercados se analizan la oferta y la demanda de los servicios de comunicaciones, papelería y copiado en sector el Carrizal del municipio de Girón Santander, para establecer la viabilidad de la creación de la empresa.

El estudio técnico determinará del tamaño del proyecto, con respecto a la capacidad diseñada, instalada y utilizada. Igualmente se diseñan los procedimientos para la prestación de servicios.

El estudio administrativo va encaminado a determinar la constitución legal de la empresa, su estructura organizacional, misión, visión, políticas y valores.

El estudio financiero determinara las inversiones que los socios deben aportar, los costos y gastos, así como el cálculo de los diferentes presupuestos y razones financieras encaminados a determinar la viabilidad financiera del proyecto.

1. GENERALIDADES

1.1 EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN²

La búsqueda constante del hombre por satisfacer, cada vez mejor, su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para confirmar cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación:

Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología que, a su vez, ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información, son pues, acciones esenciales a la naturaleza humana; tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como hito la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación. En este sentido, José Luís Cordeiro (1990) en su libro "Venezuela vs. Benesuela"

² <http://www.vozalmundo.com/index.php?id=1020>

señala que “La historia de la humanidad ha sido un proceso largo y complejo a través de muchos miles de años. Dicho proceso no ha sido lineal sino que, por el contrario, ha pasado por grandes revoluciones que han transformado completamente la forma en que los seres humanos se relacionan con el universo, cuya historia es muchísimo más larga.” (Pág.43)

Cordeiro divide la historia de la evolución humana en tres etapas que califica como revoluciones, cada una de ellas caracterizada por una invención o nueva tecnología, a su vez relacionadas con alguna nueva forma de comunicación. La primera fue la Revolución Agrícola, a partir del año 8000 a.c., cuando el hombre inventa la agricultura e inicia una nueva forma de vida: deja de ser nómada, abandona su etapa primitiva, comienza a formar comunidades estables y aparecen las primeras ciudades. El hombre hace de la agricultura su principal forma de sustento y, con ella, aparece también la ganadería y un poco después el comercio. La necesidad de contar obliga a la invención de los números, los cuales evolucionan hasta dar origen a la escritura (cuneiforme y jeroglífica). Hacia el año 1000 a.c. los fenicios inventan el alfabeto, un conjunto de grafías que permite la representación de sonidos. Así, se conoce a la escritura como el hecho más trascendental de la revolución agrícola y, además, de ser inclusive el punto de inicio de la historia misma de la humanidad, representa el primer gran avance tecnológico logrado por el hombre en su proceso de comunicación.

La segunda revolución de la humanidad, según la cronología del autor venezolano, es la Revolución Industrial que, precisamente, marca su inicio a partir de la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg en los años 1400 d.c. Con la imprenta se inicia una nueva etapa caracterizada por la masificación del conocimiento, porque crece el número de personas con acceso a la información escrita. Además comienzan a plasmarse los nuevos conocimientos teóricos y surgen nuevos desarrollos tecnológicos: la máquina sumadora, el reloj mecánico, la máquina de coser. Se dieron, en esta etapa, también importantes

descubrimientos en biología, electricidad, química, medicina; todos con posibilidades de perdurar y darse a conocer gracias a la imprenta: El segundo gran paso tecnológico del hombre en la evolución de su proceso comunicativo.

La tercera revolución, en la cual se encuentra inmersa aún la humanidad, es la Revolución de la Inteligencia. José Luís Cordeiro explica que esta última revolución se centra en el ser humano, en su capacidad de comunicarse y transformarse, y que la riqueza ya no estará determinada por el dinero y por las posesiones materiales sino por el conocimiento.

Este concepto de revolución de la inteligencia es análogo a la denominada Tercera Ola de Alvin Toffler o a la Aldea Global de Mc Luhan. Cordeiro asegura también en su libro que "...independientemente del nombre, estamos viviendo la más grande revolución que haya conocido la humanidad hasta el momento..." (Pág.50) Y más allá de las visiones que muchos analistas tengan sobre la era postmoderna, ciertamente el hombre en la actualidad protagoniza una nueva revolución: La Revolución de la Información, una etapa de cambios rápidos y constantes que se inició con los grandes pasos de la computación y la informática y que tiene como hito a la Internet, esa "Red" que se reconoce como una nueva forma de comunicación humana, un nuevo salto en el proceso comunicativo.

Es así como queda claro que, la evolución de la tecnología siempre ha significado un avance en los procesos de comunicación humana y, por supuesto, ambos elementos relacionados (Tecnología y Comunicación) han soportado uno a uno los escalones de la evolución de nuestra especie. Esa búsqueda del hombre por mejorar su forma de vida - proceso comunicativo incluido - es lo que ha empujado la emergencia constante de nuevas y mejores tecnologías. Así mismo, cada avance en el proceso comunicativo, acompañado de evolución tecnológica, permiten que existan hoy definiciones como las de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento, ambos referidos a una era mundial donde aparentemente las posibilidades de comunicación humana ya son ilimitadas,

donde la transmisión y transferencia de información se desarrolla en cantidades infinitas, desde cualquier rincón del mundo y con una rapidez increíble.

Sin duda, las capacidades que el hombre posee hoy para comunicarse parecen ser insuperables. No obstante la humanidad sigue creciendo, evolucionando y, mientras el hombre exista, su búsqueda por vivir y comunicarse más y mejor no se detendrá. La evolución de la comunicación humana, con ella la del hombre y su tecnología, sigue en marcha. Seguramente, nuevas revoluciones vendrán.

1.2 LAS TELECOMUNICACIONES EN EL MUNDO³

En el ámbito internacional se observan tres sendas en la evolución de desarrollo de la infraestructura de la información, que permite clasificar los países en tres: Líderes, seguidores y tardíos. El distanciamiento intrínseco entre ello ha generado el concepto de brecha digital, la cual define como la diferencia, al interior de una economía y de ésta con el mundo, en el acceso a la infraestructura de la información y poder generar así conocimiento que permita la competitividad y viabilidad de un país o de una sociedad. Es necesario destacar que dicha infraestructura es aprovechada solamente si el nivel de conocimientos de la población es de adecuado para acceder a su uso. Es decir que, para que un país se ubique en la senda de la convergencia, se requiere de un salto tecnológico que le permita contar con la infraestructura de la red y, así mismo, con un acervo cognoscitivo asociado con el desarrollo de una sólida infraestructura social.

La senda de los países líderes se caracteriza porque sobre su infraestructura básica han generado valor agregado económico con la producción de servicios, contenidos, software, comercio electrónico y multimedia. En estos países el

³ KUHLMANN, Federico y CONCHEIRO, Antonio Alonso. Información y telecomunicaciones. Fondo de Cultura Económica. México, 1997.

desarrollo de las redes de telecomunicaciones es de banda ancha, permitiendo el acceso de mejor calidad a Internet. Dentro de los países líderes se destacan los miembros de la OECD, además Singapur y Hong Kong. Los países seguidores se encuentran en las sendas de la convergencia y están entrando en la revolución de la banda ancha, la cual les permite adentrarse en el comercio electrónico y la multimedia. Cabe resaltar que en Latinoamérica, Chile es el país más próximo a la convergencia, seguido de Argentina y Brasil; cuentan con infraestructura básica, al alcance y su calidad no le permite generar valor agregado sobre sus redes por ausencia de la banda ancha y reducido acceso Internet.

Para nuestro país no ha sido diferente de ninguna manera; es así como en la época de la Colonia⁴, se creó el correo mayor de indias, mediante privilegio que concedió la Corona Española, por real cédula del 14 de mayo de 1514 a don Lorenzo Galíndez de Carvajal.

Posteriormente en la época de la República, en 1847, siendo presidente el General Tomás Cipriano de Mosquera, se adelantaron las primeras gestiones para la implantación del telégrafo eléctrico con la ayuda de la Gran Bretaña. En 1851 el Presidente José Hilario López, contrató con la firma Ricardo de la Parra y compañía, la introducción del telégrafo eléctrico, concediéndole la exclusividad de su explotación por 40 años. Sin embargo, este proyecto no se pudo realizar debido a conflictos políticos acaecidos entre 1852-1854. Catorce años más tarde, siendo presidente Manuel Murillo Toro, se cursó el primer mensaje telegráfico entre Cuatro Esquinas (Municipio de Mosquera) y Santafé de Bogotá.

Ahora bien, por medio del Decreto 160 del 16 de abril de 1876, el Gobierno Nacional reglamentó, por primera vez, las normas para la construcción y conservación de líneas telegráficas a cargo de particulares, agrupando las líneas

⁴ Reseña Histórica Del Ministerio de Comunicaciones.
http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/index.jsp?page=./mods/contenido/view_page&id_contents=54&l=3. Consulta sep/2008

existentes en el país en ocho secciones. A su vez, en 1880 el Gobierno concedió permiso a la Compañía Central and South American Cable, para tender un cable submarino entre Panamá y cualquier República de América Central para que enlazara al país con los Estados Unidos vía México.

Posteriormente y después de aproximadamente 29 años, el Gobierno Nacional reasume la administración directa de los teléfonos y telégrafos nacionales, creando para ello la Intendencia de Telégrafos como organismo dependiente del Ministerio de Gobierno. En 1913, la compañía Marconi Wirelees inició la prestación del servicio de radiotelegrafía en el país, con una red conformada por 12 ciudades. En 1919 el Gobierno contrató con la misma empresa, la construcción de la Estación Internacional en Bogotá, obra que fue inaugurada después de cuatro años, es decir, el 12 de abril de 1923.

La evolución de las telecomunicaciones viene dándose en la medida que el país crece y se desarrolla pasando por la creación de Ministerio de comunicación y llegando a los artículos 75 al 77 de la Constitución Política de 1991, que están dedicados al tema de las comunicaciones: como el derecho a informar y a recibir información veraz e imparcial; se reconoce el derecho a fundar medios masivos de comunicación; a la Soberanía de la Nación sobre la órbita geoestacionaria; al espectro electromagnético como un bien sujeto a la gestión y control del Estado; a los servicios públicos y la creación de una entidad que regule la Televisión.

1.3 EL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES EN COLOMBIA.⁵

La política sectorial de telecomunicaciones ha estado encaminada a aumentar el cubrimiento de los servicios de telecomunicaciones a los colombianos, a generar

⁵ Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Republica de Colombia. http://www.crt.gov.co/crt_2001-2004/documentos/infeconomica/publi_sector_2/cap01_las_telecomunicaciones_en_Colombia.pdf

un clima de inversión adecuado para los empresarios, a ampliar y modernizar la infraestructura y diversificar la oferta de servicios. En este sentido el Gobierno Nacional ha venido desarrollado acciones enfocadas a generalizar el acceso de todos los habitantes a servicios básicos de telecomunicaciones, para mejorar el bienestar de sus habitantes e impulsar el desarrollo económico y social del país. Bajo tal perspectiva, el Gobierno ha propiciado que el cubrimiento de estos servicios abarque la totalidad del territorio nacional, garantizando calidad y eficiencia en su prestación a todos los habitantes del territorio nacional. Entre 1998 y el 2001 el sector de telecomunicaciones registró importantes avances en materia de cubrimiento del servicio tanto para la telefonía fija, como la móvil celular, así como en número de usuarios de Internet. En lo que se relaciona con la telefonía fija, el número de abonados se incrementó en un millón, alcanzando 7,3 millones de abonados en el 2001, para una densidad telefónica de 17.3 líneas por cada 100 habitantes; se observó igualmente una disminución de 240 mil en las listas de espera, se logró un nivel de satisfacción de demanda del 90.9% y se mejoraron los niveles de calidad en la prestación del servicio. Por su parte, los abonados a la telefonía móvil celular aumentaron en el período en 1.4 millones, alcanzando los 3.2 millones de usuarios a diciembre de 2001, para un nivel de penetración del 7,6%; los usuarios de Internet se duplicaron entre 1998 y 2001, al pasar de 433 mil a 950 mil. Con el propósito de reducir la brecha tecnológica que existe en el país, el Gobierno Nacional impulsó en los últimos años la Agenda de Conectividad, programa que busca acercar a los colombianos en el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones en pro de incrementar la productividad y la competitividad de las industrias nacionales, modernizar las instituciones gubernamentales y socializar el acceso a la información. La idea es abrir las puertas a los colombianos a mayores oportunidades de desarrollo económico y social a través de un mayor y mejor acceso a la información y que el país evolucione hacia una sociedad basada en la información y el conocimiento.

1.4 BUCARAMANGA A LA VANGUARDIA EN INTERNET INALÁMBRICO DE BANDA ANCHA⁶

Desde febrero del 2005 los bumangueses, las empresas y turistas cuentan con acceso de banda ancha inalámbrico. Tienen la posibilidad de acceder a un servicio que fue lanzado por la Ministra de comunicaciones, Martha Pinto de Hart, permitiendo que nuevamente, la ciudad se mostrara como pionera en la prestación de servicios a sus habitantes.

El proyecto de acceso de Banda Ancha inalámbrico para la capital santandereana, desarrollado por Telebucaramanga, incluye alrededor de 4 mil puntos de conexión a internet, situados en toda el área metropolitana

La Ministra destacó los esfuerzos gubernamentales para la masificación y uso de las tecnologías de la información, la cual hemos venido construyendo desde diferentes frentes y que ha traído consigo resultados contundentes.

Anotó que, muchos son los factores que han influido para lograr este crecimiento, el cual a pesar de encontrarse en una cifra muy baja en comparación con países de similares características, presenta una clara tendencia positiva. Dentro de estos factores se debe destacar la disminución del costo por el uso de las redes locales para el usuario final gracias a la decisión de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones de disminuir las tarifas para el tráfico de Internet y crear la obligación de un plan de tarifa plana, así como la decisión del Ministerio de Comunicaciones de liberalizar el servicio portador internacional en febrero de 2003 lo cual trajo consigo la disminución de los costos de conectividad internacional.

⁶http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/index.jsp?page=../mods/contenido/noticia_user_view&id=89

El número de conexiones de banda ancha ('alta velocidad') superó, por primera vez en Colombia, la cifra de accesos telefónicos tradicionales (conmutados), según el informe semestral del estado de Internet elaborado por la Comisión de Regulación de las Telecomunicaciones (CRT).

Dicho estudio, cuyas cifras están actualizadas a junio 30 del 2006, dice que el total de suscripciones de Internet llegó a 792.296, de las cuales 326.100 son accesos conmutados y 466.200 dedicados (de banda ancha).

Con base en esos datos, reportados por los operadores de esos servicios en Colombia, la CRT calcula que el número de usuarios de Internet en Colombia es de 5'475.000 (hay varios usuarios de Internet por cada suscripción), 15 por ciento más que en diciembre del 2005.

Eso representa una penetración entre la población del 13,2 por ciento, menos que el promedio mundial (16,7 por ciento) y el de América Latina (15,1 por ciento). Según las estadísticas internacionales citadas en el informe de la CRT, en el mundo hay 1.086 millones de usuarios de la Red.

Las conexiones de banda ancha, como las de cable y ADSL, crecieron a buen ritmo en el primer semestre del 2006: 46 por ciento, una cifra ligeramente superior a la del primer semestre del 2005 (44 por ciento).

1.5 TELECOMUNICACIONES EN GIRÓN

El servicio de telecomunicaciones en Girón surgió con los teléfonos departamentales, actualmente Telebucaramanga es la única empresa que presta el servicio de Internet en el sector. Igualmente el Alcalde Juan Francisco Suárez Galvis planea instalar en la Ciudadela Nuevo Girón, un Telecentro de alta

tecnología con el fin de ofrecer nuevas alternativas de comunicación a la comunidad. A través del Ministerio de Comunicaciones se entregarán ocho computadores de última tecnología, además de una sala con cabinas telefónicas y capacitación con conectividad inalámbrica.

En la actualidad, en el Municipio de Girón existen aproximadamente 50 microempresas que prestan los servicios de comunicación, copiado y papelería, en su mayoría, sin constituirse legalmente⁷.

1.6 TENDENCIAS DE LOS CENTROS DE COMUNICACIÓN

La llegada de Internet y el desarrollo de nuevas tecnologías relacionadas con el medio electrónico están imponiendo la necesidad de adecuar la comunicación de las empresas y las personas a las características de la Red; estas imponen una redefinición y reconsideración de las prácticas empleadas. Para entender cómo está cambiando y cuál es la mejor forma de aprovechar la Web, ante todo, se debe examinar las características claves del nuevo medio.

La originalidad y diferenciación de Internet respecto de los demás medios tradicionales, reside en que ofrece una comunicación bilateral. Se trata del poder de la red de ordenadores para crear y difundir información que convierte a la Web en el medio más adecuado para llegar a los usuarios y establecer relaciones interactivas y directas con ellos. La interactividad, que es la característica clave del ciberespacio, sitúa el control de la comunicación en manos del internauta y ofrece la oportunidad exclusiva de crear un diálogo directo con cada usuario.

Una vez entendida la característica clave de Internet, es fácil identificar las nuevas formas de comunicación que surgen en la Red entre los usuarios e Internet. Los

⁷ Datos recolectados por los autores del proyecto en visita al Municipio de Girón en septiembre 2008.

internautas pueden recopilar información respecto a los productos y servicios que las compañías ofrecen, intercambiar opiniones, conversaciones, y consejos con otros usuarios.⁸

Los centros de comunicación, apuntan a la permanente actualización en tecnología.

1.7 LOS INICIOS DEL INTERNET

Internet fue desarrollado originariamente para los militares de Estados Unidos, y después se utilizó para el gobierno, investigación académica y comercial y para comunicaciones.

Es una combinación de hardware (ordenadores interconectados por vía telefónica o digital) y software (protocolos y lenguajes que hacen que todo funcione). Es una infraestructura de redes a escala mundial (grandes redes principales (tales como **MILNET**, **NSFNET**, y **CREN**), y redes más pequeñas que conectan con ellas) que conecta a la vez a todos los tipos de ordenadores.

Hay unos seis millones de ordenadores que utilizan Internet en todo el mundo y que utilizan varios formatos y protocolos Internet:

- **Internet Protocol (IP):** Protocolo que se utiliza para dirigir un paquete de datos desde su fuente a su destino a través de Internet.
- **Transport Control Protocol (TCP):** Protocolo de control de transmisión, que se utiliza para administrar accesos.
- **User Datagram Protocol (UDP):** protocolo del datagrama del usuario, que permite enviar un mensaje desde un ordenador a una aplicación que se ejecuta en otro ordenador.

⁸<http://www.theslogan.com> Marketing marcas y tendencias del consumo. © 2003 - 2006 TheSlogan Magazine

1.8 INICIO DE LAS SALAS DE INTERNET

Las salas de Internet surgieron como respuesta a la necesidad de estar acorde con la disponibilidad de acceso a tecnología de la información y comunicación.

El hecho de no contar con una computadora que le permite el acceso a la red, la facilidad de contar con este servicio en el momento oportuno sin la necesidad de desplazarse, se constituyen en dos factores preponderantes para el impulso de las salas de Internet, las cuales empezaron su auge en la década de los 90.

Las salas de Internet son un servicio público para quien desee consultar en la red por motivos de comunicación, negocios o esparcimiento.

Además las salas ofrecen el servicio de alquiler por horas de equipos de cómputo para digitación, entre otros.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Analizar, mediante el estudio de mercados la oferta y la demanda de los servicios de comunicaciones, papelería y copiado en sector el Carrizal del municipio de Girón Santander, para establecer la viabilidad de la creación de la empresa.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características del mercado potencial y objetivo para conocer la situación actual de la demanda del servicio.
- Determinar los servicios ofrecidos por otras empresas y el nivel de aceptación de estos.
- Diseñar el canal de comercialización más adecuado para la empresa, con el propósito de atraer la mayor cantidad de clientes.
- Conocer el rango de precios que están ofreciendo las empresas establecidas en la zona y tener un punto de referencia frente a la competencia, para definir estrategias de mercadeo y ventas.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La empresa que se proyecta crear es un centro integral de comunicaciones, papelería y copiado donde los servicios demandados por los estudiantes y hogares, sean atendidos en un solo lugar; por consiguiente la empresa ofrecerá:

Puestos de Trabajo Privados: Son cubículos ergonómicos de madera, diseñados para garantizar la privacidad y comodidad del usuario durante la utilización de los equipos, cuentan con base para la CPU, un área de trabajo de 1.50 metros x 1.20 metros y un área total del cubículo de 1.80 metros cuadrados; con accesos independientes por la parte frontal, por cada dos módulos, lo que ofrecerá privacidad.

Los puestos de trabajo son cubículos de madera diseñados para garantizar la privacidad y comodidad del usuario durante su utilización, se trata de módulos independientes con dos puestos de trabajo y acceso, sin que el área de circulación permita visualizar la pantalla del otro puesto de trabajo.

Cada puesto de trabajo está dotado de los siguientes elementos adicionales.

- Base para la CPU
- Bandeja para teclado con porta lápices.
- Bandeja adicional para colocar objetos personales del usuario.
- Bandeja en la parte inferior derecha cajón para la cpu
- Foco de luz que le permite contar con un sitio completamente claro
- Silla giratoria con brazos⁹, acorde a las normas ergonómicas de un puesto de trabajo.
- Punto de Datos
- Punto de Voz
- Punto de fluido eléctrico.

Los puestos de trabajo ofrecerán comodidad y bienestar, por estar en un espacio que contará con aire acondicionado.

⁹ Organización Internacional del Trabajo. La Salud y la seguridad en el Trabajo. http://training.itcilo.it/actrav_cdrom2/es/osh/ergo/ergonomi.htm#B.%20El%20trabajo%20que%20se%20realiza%20sentado%20y%20el%20diseño%20de%20los%20asientos

Acceso a Internet: El cliente podrá acceder a Internet y hacer uso de sus diferentes servicios y, a su vez, almacenar información si así lo requiere (en medios magnéticos como: CD's, disquete o impresión en papel). Contará con servicio de banda ancha que le permitirá navegar con flexibilidad en cuanto a velocidad. Gracias a la tecnología ADSL, podrá hacer descargas ilimitadamente y hasta 40 veces más rápido que con una conexión telefónica.

Alquiler de computador: El cliente contará con la comodidad de utilizar los equipos de cómputo para elaborar, grabar o imprimir documentos y utilizar las demás herramientas convencionales o paquetes ofrecidos por Microsoft.

Servicio de llamadas Telefónicas: Representa la oferta de las llamadas telefónicas a móvil y fijo ofrecidas, por el sistema de venta de minutos; además venta de tarjetas prepago y recargas electrónicas.

Papelería: Comprende el suministro de útiles escolares y de escritorio, documentos y elementos necesarios para el desarrollo laboral y especialmente académico, empastes, trabajos a computador.

Fotocopiado: El cliente contará con el servicio de reproducción en papel, en negro y a color. Incluye la posibilidad de realizar ampliaciones o reducciones del documento copiado.

Envío y recepción de fax: El cliente tendrá la comodidad del servicio de envío y recepción de fax.

Scanner: El cliente tendrá el servicio de copia magnética de sus documentos e imágenes mediante el servicio de scanner.

2.2.1 Definición usos y especificaciones técnicas

Internet Banda Ancha¹⁰: Es un servicio que permite navegar ilimitadamente sin restricciones de velocidad y sin ocupar el teléfono. Gracias a la tecnología ADSL, es posible descargar datos ilimitadamente y hasta 40 veces más rápido que con una conexión telefónica y a velocidad constante (incluye entre otros, descarga de música, conciertos, videos, juegos, fotos, y todas las posibilidades que ofrece la red).

Telefónica Banda Ancha funciona con tecnología ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line), tecnología que permite llevar información de banda ancha sobre líneas telefónicas de cobre sin ocupar la línea. ADSL hace referencia a un servicio asimétrico. La señal suministrada por el proveedor de Internet es transmitida por medio de la fibra óptica al cable MODEM, instalado a un switch donde se establece la configuración para determinado número de equipos por direcciones I.P para cada puerto o máquina; se requiere una velocidad superior a 256KB con un sistema de banda ancha que puede llegar hasta un giga.

Especificaciones Técnicas: Se debe diseñar el cableado estructurado¹¹ para los puestos que sean necesarios; se utilizara cable UTP Categoría 6, y de marca reconocida. Se deberá tener en cuenta que los patch cords utilizados para datos deberá ser de color diferente al de telefonía.

Los cables deben ser colocados en forma ordenada sobre las bandejas de distribución de cables. Para llegar hasta los puestos de trabajo se usarán los ductos cable canal estructurado hasta el punto de conexión final. Cada puesto estará conectado a una caja con artefacto tipo faceplate (para datos y telefonía), de con al menos dos puntos. Para el caso de ductos en los puestos de trabajo se

¹⁰ http://www.telebucaramanga.com.co/code/tb_corp_internet_banda_ancha.jsp

¹¹ http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_de_sistemas/cableadoestructurado/default2.asp

debe contemplar dejar como reserva un porcentaje de llenado a fin de hacer posibles futuras ampliaciones.

El Hardware necesario tiene las siguientes características: Procesador intel Pentium 4 de 3.40 GHZ , un giga de memoria Ram, un disco mínimo de 80 gigas, 4 puertos USB, tarjeta de red, teclado multimedia, Mouse óptico, monitor de 1.024x768 de resolución con pantalla LCD, quemador de CD y DVD, cada equipo debe contar con cámara Web, diadema para sonido; igualmente debe tener una impresora láser en red y una impresora de inyección de tinta para impresiones a color y fotografías también en red y un escáner.

El Software los equipos deben contar con Windows XP o superior, office XP o superior, Winzip y Winrar, MSN Messenger, yahoo Messenger, reproductor de Windows Multimedia, macromedia flash (mejora la imagen y el video), un antivirus actualizado en línea, Internet Explorer 7 o superior y un software tarifador; todo el software con sus respectivas licencias.

Papelería: Disponibilidad de insumos como lápices, papel, sobres, CD, entre otros.

Servicio de llamadas telefónicas: Tendrá contrato con los 3 operadores de telefonía: Tigo, Movistar y Comcel.

Servidor: Un servidor es un ordenador de gran potencia, que se encarga de "prestar un servicio" a otros ordenadores. Varios servidores juntos, es decir, conectados entre si, forman una red IRC. En definitiva, se ocupan de gestionar todo el tráfico de información que produce en la red IRC.

Computadora: Equipos de última tecnología, pantalla plana con cristal liquido.

UPS: Para controlar los picos y los cortes de energía eléctrica, lo cual permitirá proteger la información y los equipos.

Fotocopiadora: Aparato para hacer copias de papel a papel; permitiendo hacer copias a color, ampliadas o reducidas.

Escáner: Dispositivo para obtener o "leer" imágenes, gráficos y textos del papel para ser digitalizados.

2.2.2 Productos sustitutos. Como productos sustitutos se podrían mencionar los siguientes:

- Computador Fijo en los Hogares.
- Servicio Internet en casa.
- Servicio telefónico domiciliario.
- Correo físico

2.2.3 Productos complementarios. Como producto complementario la empresa ofrece la posibilidad de establecer video conferencias, mediante el uso de la red que está soportada en banda ancha, la transmisión y recepción de información de manera, ágil y oportuna, sin la posibilidad de que los equipos se bloqueen, impresión digital de fotos, entre otros.

2.2.4 Atributos diferenciadores. Como atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia se encuentran:

- Flexibilidad en los horarios de atención al público: Jornada continúa, con horario extendido de lunes a domingo de tal forma que el cliente tenga la seguridad de encontrar una amplia gama de oferta del servicio.

- Infraestructura, equipos adecuados, instalaciones amplias, donde se distribuyen, de manera óptima, cabinas privadas, diseñadas para garantizar la privacidad y comodidad del usuario durante el servicio.
- Equipos de primera calidad y de avanzada tecnología, preparados para superar las necesidades y expectativas manifestadas por los clientes.
- Asesoría permanente con personal técnico calificado, en el uso de equipos y sistemas de telecomunicaciones.
- Ubicación estratégica y un ambiente de trabajo que brinde comodidad adicional como es el aire acondicionado.
- Servicio gratuito de café y agua fría para los clientes fieles, que consuman servicios promedio de 7 horas semanales de Internet y frecuenten los otros servicios. Para acceder a este servicio el cliente debe haber finalizado o suspendido el uso de los equipos, esto con el fin de cumplir las normas establecidas de no consumo de alimentos en las salas de informática.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Está compuesto por los estudiantes y público en general que requieran el servicio de un centro Integral de Comunicación, papelería y copiado, en el municipio de Girón. En la tabla 1 se aprecia el numero de habitantes del sector el carrizal, distribuidos en 4 barrios con su porcentaje de participación, igualmente representa el numero de habitantes con nivel educativo.

Tabla 1. Número de habitantes zona del carrizal.

BARRIOS	No HABITANTES	PARTICIPACIÓN HABITANTES	No HABITANTES CON NIVEL EDUCATIVO (91,4 %) ¹²	PARTICIPACIÓN NIVEL EDUCATIVO
MIRADOR DEL CARRIZAL	260	6%	238	7%
ALTOS DE CARRIZAL	480	11%	439	12%
SAN ANTONIO DE CARRIZAL	2360	55%	2157	61%
CARRIZAL CAMPESTRE	1200	28%	1097	28%
TOTAL	4300	100%	3.930	

Fuentes: Juntas de Acción comunal de la Zona Del Carrizal, DANE censo 2005

Según los datos que muestra la tabla 1 podemos determinar que la mayor cantidad de habitantes se encuentra en el barrio San Antonio del Carrizal igualmente en este barrio se encuentra la mayor participación de habitantes con nivel educativo.

2.3.2 Mercado objetivo. Está constituido por los estudiantes, que requieran los servicios de un centro Integral de Comunicación, papelería y copiado en los barrios Mirador del Carrizal, Altos de Carrizal, San Antonio del carrizal, Carrizal Campestre. En la tabla 2 se aprecia el porcentaje de habitantes con nivel educativo preescolar, básica primaria, básica secundaria, media académica

¹² Dane Censo junio/2005 En: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/población/proyepobla06_20/. Consulta septiembre/2008

clásica, media técnica, normalista, superior y postgrado existentes dentro del sector, correspondiente al 91.4% de habitantes con nivel educativo.

Tabla 2. Población censada por nivel educativo

Población censada de 3 años y más por nivel educativo (fecha censal)							
Nivel Educativo							
Preescolar	Básica primaria	Básica secundaria	Media académica clásica	Media técnica	Normalista	Superior y posgrado	Ninguna
4,30%	39,20%	20,80%	12%	5,90%	0,10%	9,10%	8,60%

Fuente: Dane Censo junio/2005

Según los datos arrojados por el censo y representados en la tabla 2 podemos observar que solo el 8.60% de habitantes no tiene nivel educativo.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados

- Planteamiento del problema.** Desde los inicios de la humanidad el hombre siempre ha buscado ponerse en comunicación con el entorno y las personas que los rodean, por esta razón permanentemente ha inventado e innovado las herramientas que le facilite satisfacer dicha necesidad. Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio, la televisión y el revolucionario Internet. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología que, a su vez, ha sido el instrumento cuya evolución ha contribuido con el avance de la humanidad y ha permitido que, a

pesar de las fronteras, el mundo pueda llegar a la globalización como se esta viviendo es esta época.

En cuanto a Internet se refiere y, contextualizando, la empresa que presta el servicio, para el sector del carrizal, de telecomunicación es TELEBUCARAMANGA, brindando paquetes de telecomunicación que permiten satisfacer las necesidades de los usuarios incluyendo el servicio de banda ancha para las conexiones de Internet.

El sector del Carrizal, adscrito al municipio de Girón, está conformado por 6 barrios¹³: Mirador de carrizal que cuenta con 58 viviendas dentro de las cuales habitan 65 familias; Altos del carrizal que lo conforman 120 viviendas con 500 habitantes; San Antonio del Carrizal que cuenta con 590 viviendas y 1600 habitantes; y finalmente Carrizal campestre que lo conforman 300 casas con 800 personas¹⁴, y dos que están en etapa de construcción. En esta zona existen 3 salas de Internet, todas con una infraestructura básica (Cuentan con solo 4 puestos de trabajo sin una distribución adecuada). Dado que no hay más oferentes para este servicio, la población paga un precio mayor al que normalmente se ofrece en el mercado local. Así mismo, estos establecimientos no son aislados de la parte residencial, igualmente no ofrecen un servicio integral de Comunicaciones, Copiado, Suministros de Papelería.

Telebucaramanga¹⁵, quien es la única empresa que suministra el servicio de Internet en el sector, afirma que solo 150 viviendas tienen servicio de Internet; lo anterior ratifica que, existe un gran porcentaje de mercado no atendido satisfactoriamente, en especial la población estudiantil, la cual debe

¹³ Entrevista con los Señores SERGIO ALEXANDER SALDOVAL, JAVIER ANACONA, ALBERTO RODRIGUEZ Y HONORIO TAPIAS, Presidentes de las Juntas de Acción Comunal del sector, Septiembre de 2007.

¹⁴ Datos DANE

¹⁵ Visita a las Oficinas de Telebucaramanga.

desplazarse hacia otros barrios del Municipio de Girón para lograr el acceso a este servicio toda vez que, la población es estrato 2 y 3 lo que limita la posibilidad de tener el servicio de Internet en su hogar.

Una de las debilidades que más se destaca es el hecho de que en las salas de Internet existentes no hay una oferta integral de servicios en comunicaciones, copiado y suministros de papelería.

- **Necesidades de información**

- Estimar el número de hojas por fax, número de fotocopias, horas Internet, minutos, horas alquiler de computador, hojas scanner, hojas impresión, el consumo de papelería y la frecuencia de consumo ya sea diario, semanal, quincenal, mensual.
- Definir el grado de satisfacción que brindan los servicios prestados en este tipo de negocios.
- Determinar qué clase de servicio adicional requieren los clientes.
- Conocer cuáles son los insumos de papelería que más consumen los clientes en el desarrollo de sus labores diarias.
- Medir el grado de satisfacción por el servicio prestado.
- Establecer el valor de los servicios que actualmente existen en el mercado.
- Cuantificar el valor promedio de los servicios de comunicación, papelería y copiado que, actualmente, existen en el mercado.
- Conocer el nivel de interés por acudir a un sitio donde le ofrezcan los tres servicios: Comunicación, Papelería y Copiado.

Ficha Técnica

Tabla 3. Ficha técnica de la demanda

TIPO DE INVESTIGACIÓN	Exploratoria-Descriptiva
MÉTODO INVESTIGACIÓN	Inductivo
FUENTES INFORMACIÓN	Primarias: Instrumento de encuesta Secundarias: Censo DANE, Alcaldía Girón
TÉCNICAS RECOLECCIÓN INFORMACIÓN	Encuestas
INSTRUMENTO	Cuestionarios Estructurados
MODO DE APLICACIÓN	Directa
DEFINICIÓN DE POBLACIÓN	Los estudiantes, hogares y público en general que requieran el servicio de un centro Integral de Comunicación, papelería y copiado, en el municipio de Girón. Zona del carrizal
PROCESO DE MUESTREO	N= 3.930 habitantes de la Zona del Carrizal Municipio de Girón. Z=1.96 e= 0.05 = 5% p= 0.5 q= 0.5 e corregido =0.05278 =5.3% $n = \frac{(1.96)^2(3.930)(0.5)(0.5)}{(3.930-1)(0.00279)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 317 \text{aprox}$
MARCO MUESTRAL	Comunidad estudiantil de la _Zona del Carrizal Municipio de Girón, comprendida por 238 habitantes del Mirador del carrizal; 439 de Altos del carrizal; 2157 de San Antonio del Carrizal y finalmente 1097 del carrizal campestre. ¹⁶
ALCANCE	Zonal del Carrizal Municipio de Girón (4 Barrios)
TIEMPO DE APLICACIÓN	Mayo de 2008

Fuente: Autores del estudio

¹⁶ Juntas de Acción comunal de la Zona Del Carrizal Septiembre de 2007.

- **Tabulación, presentación y análisis de resultados**

Tabla 4. Servicios utilizados

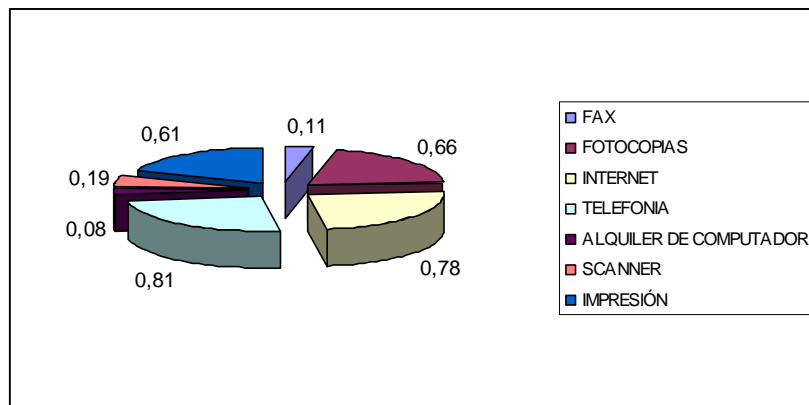
SERVICIO	SI	hi (%)
FAX	34	11%
FOTOCOPIAS	208	66%
INTERNET	248	78%
TELEFONÍA	258	81%
ALQUILER DE COMPUTADOR	26	8%
SCANNER	60	19%
IMPRESIÓN	194	61%

Fuente: Autores

Todos los servicios son utilizados por el mercado objetivo, según los datos arrojados de los 317 encuestados los más utilizados por la población encuestada, en su orden son: Telefonía para un 81% de la población encuestada; Internet con un 78%; fotocopias con 66%; Impresión 61%; scanner 19%; fax 11%; y alquiler de computador con 8%; de respuestas afirmativas.

Los datos indican que la población encuestada manifiesta la aceptación y la utilización de la totalidad de los servicios.

Figura 1. Aceptación de los servicios



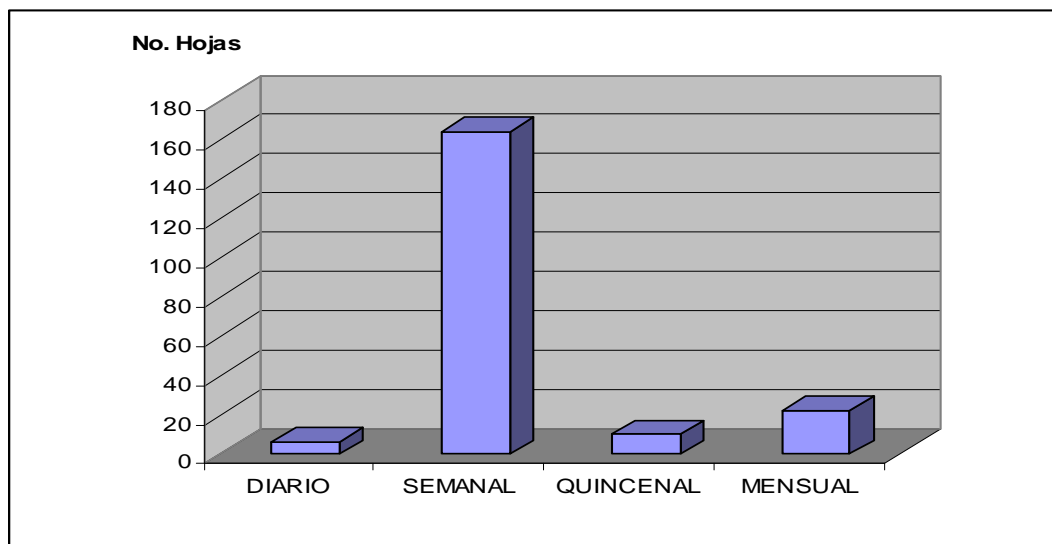
Fuente: Autores

Tabla 5. Consumo de fax

FAX	fi	hi (%)
DIARIO	6	3%
SEMANAL	164	81%
QUINCENAL	10	5%
MENSUAL	22	11%

Fuente: Autores

Figura 2. Consumo hojas de fax



Fuente: Autores

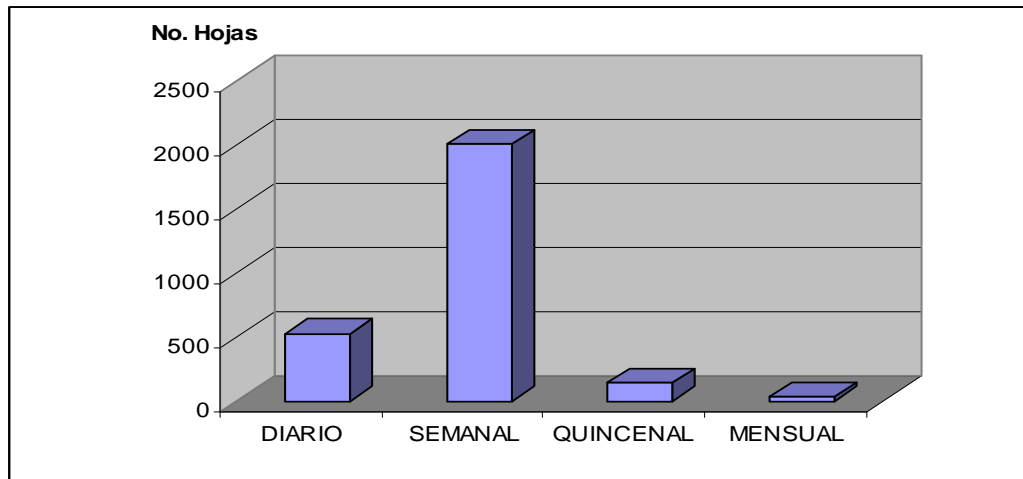
Consumo de hojas de fax. Los 34 encuestados que respondieron afirmativamente arrojaron una intención de envíos distribuidos de la siguiente manera: el 3% diario, el 81% semanal, el 5% quincenal y el 11% restante mensual; el consumo de fax mes es de 878 hojas y teniendo en cuenta que 34 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio ponderado de utilización es de 16 hojas/mes por persona. Según la información que se observa se puede deducir que el consumo de servicio de fax tiene un comportamiento aceptable teniendo en cuenta que el mercado objetivo cuenta con otras herramientas para suplir esta necesidad.

Tabla 6. Consumo de fotocopias

PERIODO DE TIEMPO	fi	hi (%)
DIARIO	528	19%
SEMANAL	2010	74%
QUINCENAL	142	5%
MENSUAL	32	1%

Fuente: Autores

Figura 3. Consumo hojas de fotocopias



Fuente: Autores

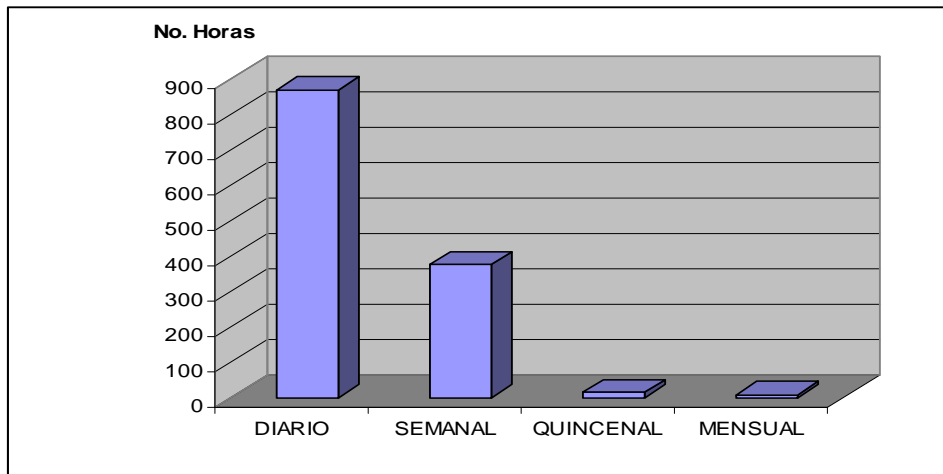
Consumo de hojas de fotocopias. Los resultados de los 208 encuestados que respondieron utilizar el servicio de fotocopias arrojaron una intención de consumo de fotocopias distribuidas de la siguiente manera: El 19% para el consumo diario, el 74% semanal, mientras el consumo quincenal y mensual se ubicaron en un 5% y 1% respectivamente. El consumo de fotocopias mes es de 24.196 hojas y teniendo en cuenta que 208 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio de utilización es de 63 hojas/mes por persona. El consumo de fotocopias tiene un comportamiento normal respecto al mercado objetivo teniendo en cuenta que no todos los días se necesita fotocopiar documentos pero todas las semanas se utiliza en gran proporción.

Tabla 7. Consumo horas de internet

INTERNET (CONSUMO EN HORAS)	fi	hi (%)
DIARIO	870	69%
SEMANAL	376	30%
QUINCENAL	14	1%
MENSUAL	8	1%

Fuente: Autores

Figura 4. Consumo horas internet



Fuente: Autores

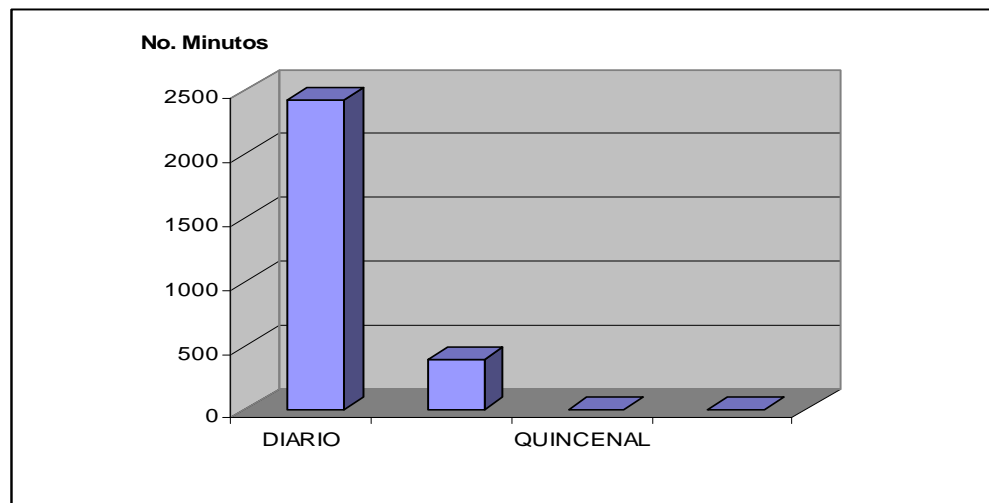
Consumo Horas Internet. Los resultados de los 248 encuestados que respondieron utilizar el servicio de Internet arrojaron una intención de consumo en horas que se distribuye así: El 69% diario, el 30% semanal, quincenal y mensual el 1%. Esto indica que la intención de usar el servicio de Internet se concentra diaria y semanalmente. El consumo de horas de internet mes es de 27.625 horas y teniendo en cuenta que 248 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio de utilización es de 100 horas/mes por persona. Se observa que el servicio lo utilizan con mayor frecuencia diariamente teniendo en cuenta que para nuestro mercado objetivo ésta es la herramienta más práctica dentro del portafolio de servicios que ofrece el centro.

Tabla 8. Consumo minutos de telefonía

TELEFONÍA (MINUTOS)	fi	hi (%)
DIARIO	2426	86%
SEMANAL	394	14%
QUINCENAL	0	0%
MENSUAL	0	0%

Fuente: Autores

Figura 5. Consumo de minutos de telefonía



Fuente: Autores

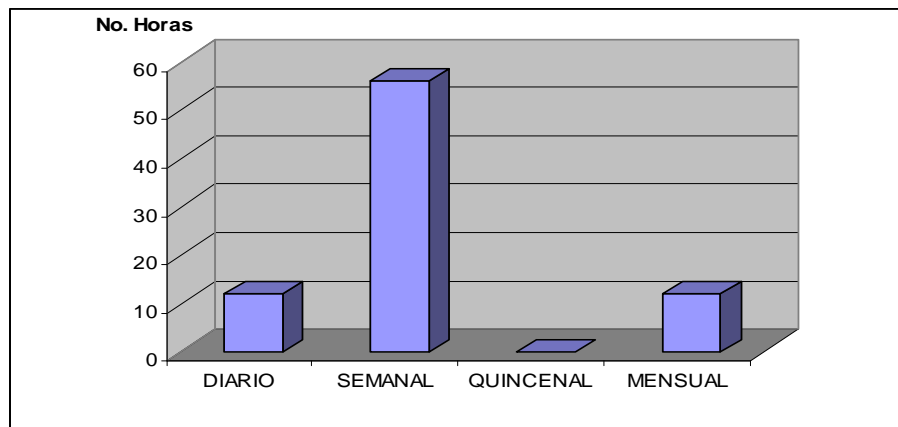
Consumo Minutos de telefonía. Los resultados de los 258 encuestados que respondieron utilizar el servicio de telefonía, arrojaron una intención de consumo diario del 86% y semanal del 14%. El consumo de minutos de telefonía mes es de 74.356 minutos y teniendo en cuenta que 258 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio de utilización es de 276 minutos/mes por persona. Los resultados demuestran que el consumo de telefonía es bastante representativo y es el servicio que arrojó mayor número de consumidores, aunque con relación al total de encuestados no todos lo utilizan.

Tabla 9. Alquiler de computador

ALQUILER DE COMPUTADOR (HORAS)	fi	hi(%)
DIARIO	12	15%
SEMANTAL	56	70%
QUINCENAL	0	0%
MENSUAL	12	15%

Fuente: Autores

Figura 6. Consumo de horas de alquiler de computador



Fuente: Autores

Consumo de Horas de Alquiler de Computador. Los resultados de los 26 encuestados que respondieron utilizar el servicio de alquiler de computadores, arrojaron una intención de consumo, donde la utilización más frecuente es de 70% semanal. El 15% diario y el 15% para utilización mensual. Los resultados indican que el flujo más grande se presentaría en el consumo semanal. El consumo de horas de alquiler de computador mes es de 596 horas y teniendo en cuenta que 26 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio de utilización es de 12 horas/mes por persona. Este servicio no tiene mucha acogida teniendo en cuenta que la persona que utiliza el servicio de Internet cuenta con

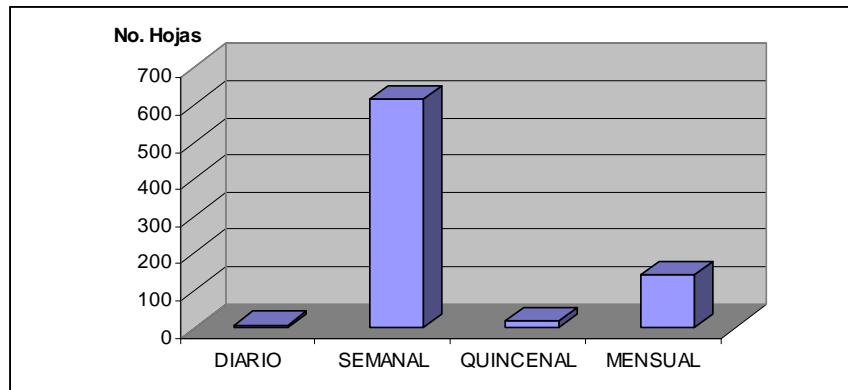
disponibilidad de los programas del equipo y cuando la necesidad es de digitación normalmente se manda transcribir con personas dedicadas a esta tarea.

Tabla 10. Frecuencia utilización scanner

SCANNER (HOJAS)	fi	hi(%)
DIARIO	8	1%
SEMANTAL	616	79%
QUINCENAL	18	2%
MENSUAL	142	18%

Fuente: Autores

Figura 7. Consumo de hojas de scanner



Fuente: Autores

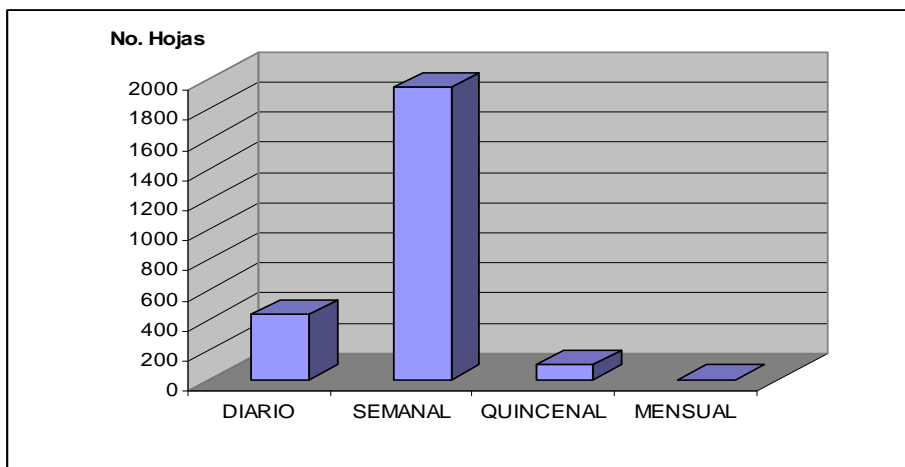
Consumo de Hojas de Scanner. La utilización del servicio de scanner de los 68 encuestados que respondieron positivamente, se centra en el consumo semanal principalmente con el 79%. El restante 21% se distribuye en: 18% mensuales, 2% quincenales, y 1% diario. El consumo de hojas de scanner mes es de 2.882 hojas y teniendo en cuenta que 60 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio de utilización es de 36 hojas/mes por persona. Este servicio no tiene mucha aceptación en el sector pero se debe tener en cuenta que es un servicio que en general no es de alto consumo.

Tabla 11. Frecuencia impresión de hojas

IMPRESIÓN(HOJAS)	fi	hi(%)
DIARIO	432	17%
SEMANTAL	1942	78%
QUINCENAL	100	4%
MENSUAL	0	0%

Fuente: Autores

Figura 8. Consumo hojas de impresión



Fuente: Autores

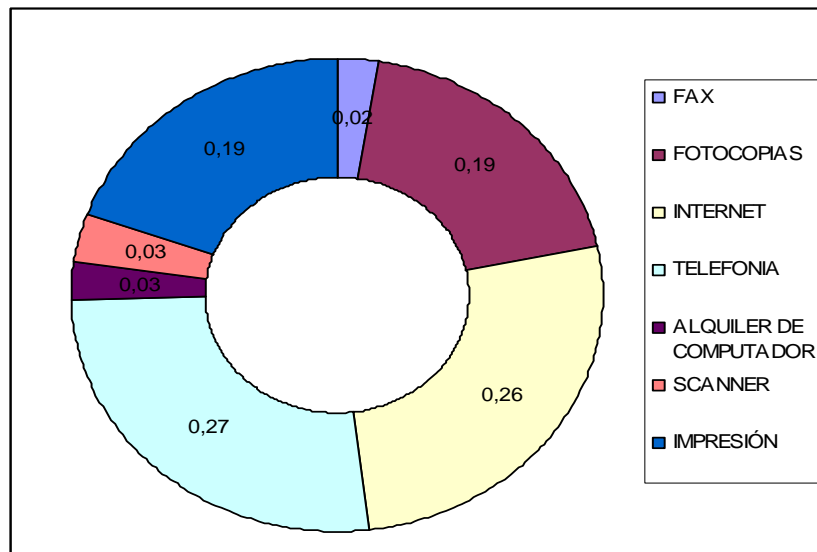
Ante la pregunta sobre el consumo de hojas de impresión, los 194 encuestados que respondieron utilizar el servicio, respondieron de la siguiente manera: 78% semanal, 17% consumo diario, 4% es decir 200 semanal, en la frecuencia mensual no hay utilización; los resultados indican que, semanalmente, es cuando más se utiliza el servicio de impresión de hojas. El consumo de hojas de impresión mes es de 20.928 hojas y teniendo en cuenta que 194 encuestados únicamente utilizan el servicio quedaría que el promedio de utilización es de 56 hojas/mes por persona. El estudio arroja una demanda inferior a la esperada pues es un servicio que normalmente es de gran utilidad para el mercado objetivo, de todas maneras el consumo es representativo para la prestación del servicio.

Tabla 12. Servicios encontrados con facilidad

PREGUNTA N. 3 ¿Que servicios encuentra con facilidad?	fi	hi(%)
FAX	22	2%
FOTOCOPIAS	172	19%
INTERNET	236	26%
TELEFONÍA	240	27%
ALQUILER DE COMPUTADOR	23	3%
SCANNER	30	3%
IMPRESIÓN	174	19%

Fuente: Autores

Figura 9. Servicios encontrados con facilidad



Fuente: Autores

Ante la pregunta sobre la facilidad para encontrar los servicios, la población encuestada respondió de la siguiente manera: 22 manifestaron que fax, 172 fotocopias, 236 Internet, 240 telefonía, 23 alquiler de computadores, 30 scanner y 174 impresión; los resultados indican que el servicio que con más facilidad encuentran los encuestados es la telefonía, seguido de Internet, impresión, fotocopias, escáner, alquiler de computadores y fax; la mayoría manifiesta que lo encuentran con facilidad por que normalmente se traslada fuera del sector y así es

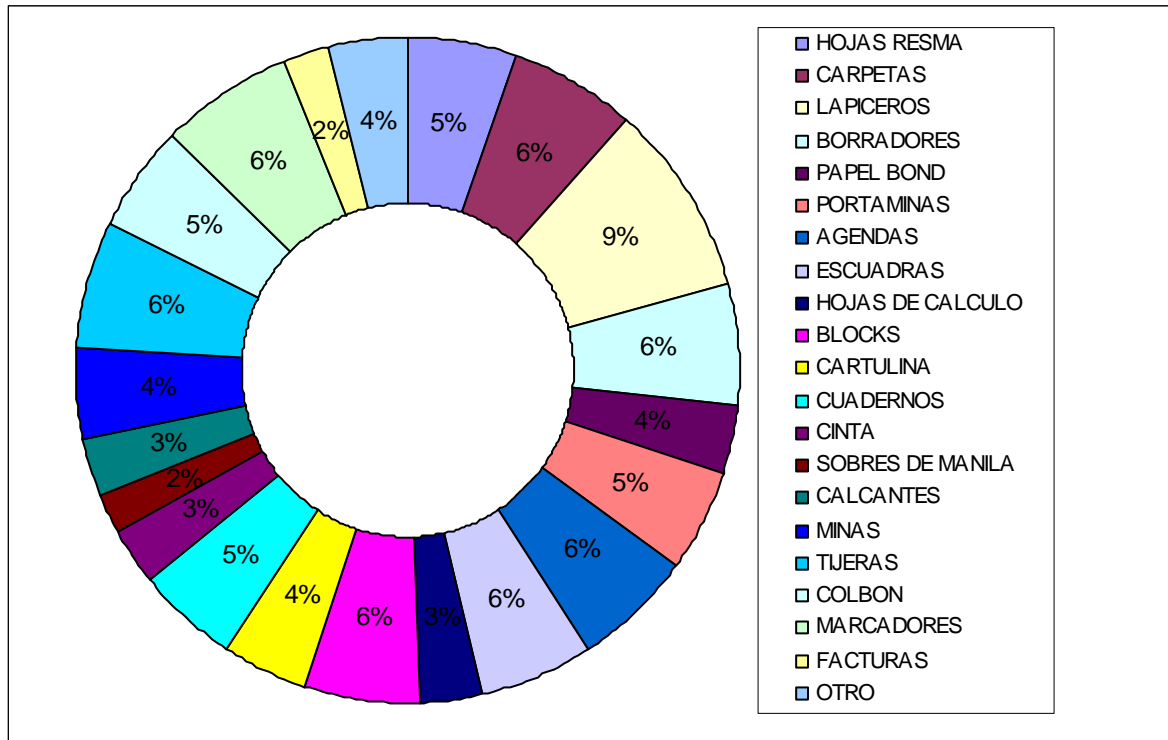
posible acceder al servicio con mayor facilidad. La información que se tabuló sobre esta pregunta es de vital importancia para la ejecución del proyecto es por ello que mediante la presentación de los datos se puede evidenciar la necesidad insatisfecha del mercado objetivo frente a dichos servicios.

Tabla 13. Hábito de utilización de productos de papelería

PREGUNTA N. 4 ¿Qué productos utiliza habitualmente?	fi	hi(%)
HOJAS RESMA	172	5%
CARPETAS	200	6%
LAPICEROS	306	9%
BORRADORES	192	6%
PAPEL BOND	116	4%
PORTAMINAS	158	5%
AGENDAS	188	6%
ESCUADRAS	190	6%
HOJAS DE CALCULO	92	3%
BLOCKS	184	6%
CARTULINA	134	4%
CUADERNOS	172	5%
CINTA	86	3%
SOBRES DE MANILA	64	2%
CALCANTES	94	3%
MINAS	144	4%
TIJERAS	194	6%
COLBON	174	5%
MARCADORES	210	6%
FACTURAS	76	2%
OTRO	126	4%

Fuente: Autores

Figura 10. Productos utilizados de papelería



Fuente: Autores

Ante la pregunta sobre el hábito de utilización de productos de papelería la población expresa la necesidad de adquirir ciertos productos que son de uso constante. La gran mayoría de los artículos tiene una demanda considerable y a partir de esta se puede determinar que ofrecer dichos productos puede resultar conveniente para el Centro Integral de Comunicación, Copiado y Papelería.

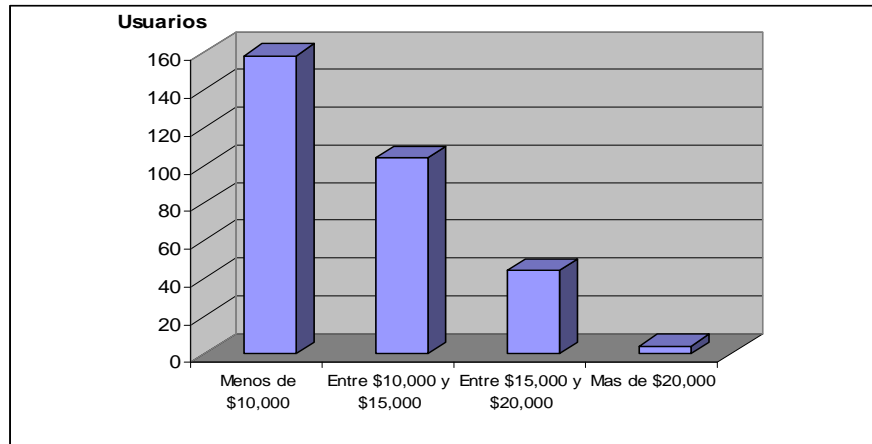
Los resultados indican claramente los productos de papelería que más demandan los encuestados.

Tabla 14. Hábito de consumo de papelería al mes

PREGUNTA N. 5 ¿Cuánto gasta en papelería al mes?	fi	hi(%)
Menos de \$2.000	158	51%
Entre \$2,000 y \$5,000	104	34%
Entre \$5,000 y \$10,000	44	14%
Mas de \$10,000	4	1%

Fuente: Autores

Figura 11. Consumo de papelería



Fuente: Autores

Respecto a la pregunta de ¿Cuánto gasta en papelería al mes?, la población encuestada respondió de la siguiente manera: el 51% responden que gasta menos de \$2.000.00; el 34% respondieron que gastan entre \$2.000.00 y \$5.000.00; el 14% respondieron que gastan entre \$5.000.00 y \$10.000.00 y solo el 1% respondieron que gastan más de \$10.000.00. Los resultados indican que más de la mitad de los encuestados, no alcanzan a gastar \$2.000.00 mensuales en papelería. Para determinar el consumo de papelería se calcula el promedio ponderado:

$$((0-2000)/2*0,51)+((2000+5000)/2*0,34)+((5000+10000)/2*0,14)+(0-10000)/2*0,01 = \$1.810.00 \text{ de consumo mensualmente.}$$

El promedio mensual de los 310 encuestados que respondieron que consumen papelería representa un valor considerable para determinar que es necesario ofrecer los artículos que son de consumo usual, mencionados en la pregunta anterior; además es un producto que tiene relación directa con los demás servicios ofrecidos.

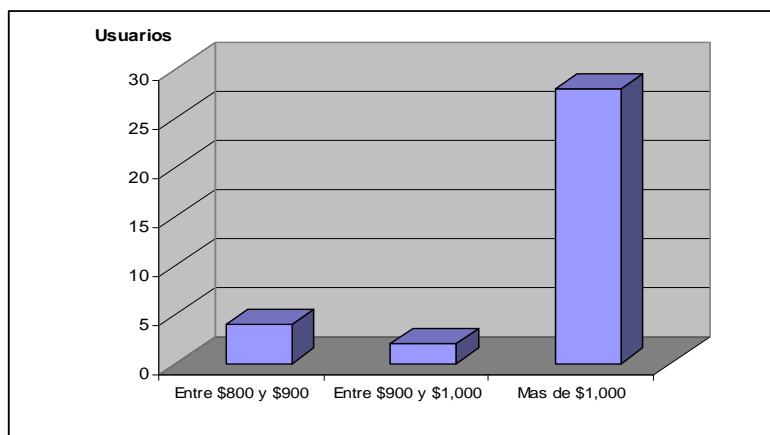
Tabla 15. Precio pagado por hoja de fax

PREGUNTA N. 6 ¿Que precios paga?

FAX	fi	hi(%)
Entre \$800 y \$900	4	12%
Entre \$900 y \$1,000	2	6%
Mas de \$1,000	28	82%

Fuente: Autores

Figura 12. Precio pagado por servicio de fax



Fuente: Autores

A la pregunta ¿Cuánto paga por hoja de fax?, la población encuestada responde de la siguiente manera: 82% respondieron que pagan más de \$1.000.00; el 12%, respondieron que pagan entre \$800.00 y \$900.00; el 6%, respondieron que pagan entre \$900.00. Y \$1.000.00.

Para determinar el precio pagado por fax, se calcula el promedio ponderado así:
 $((800+900)/2*0,12)+((900+1000)/2*0,06)+(1000*0,82)= \979.00 por hoja de fax.

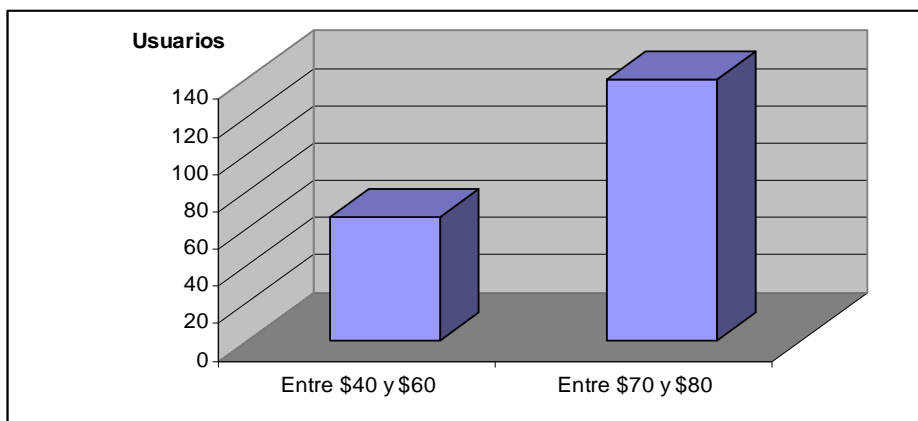
La mayoría de la población encuestada paga un alto precio por enviar una hoja por fax; teniendo en cuenta el promedio ponderado que arrojó la información se paga \$ 979.00 pesos por hoja, este valor es el que normalmente maneja el mercado local, es por ello que se debe tener en cuenta esta premisa en el momento de establecer el precio de este servicio.

Tabla 16. Precio pagado por hoja de fotocopia

FOTOCOPIAS	fi	hi(%)
Entre \$40 y \$60	66	32%
Entre \$70 y \$80	142	68%

Fuente: Autores

Figura 13. Precio pagado por fotocopia



Fuente: Autores

A la pregunta del pago por fotocopia, la población encuestada responde de la siguiente manera: el 68% respondieron que pagan entre \$70.00 y \$80.00; el 32%, respondieron que pagan entre \$40.00 y \$60.00. Para determinar el precio pagado

por fotocopia se calcula el promedio ponderado así:
 $((40+60)/2*0,32)+((70+80)/2*0,68) = \67 por fotocopia.

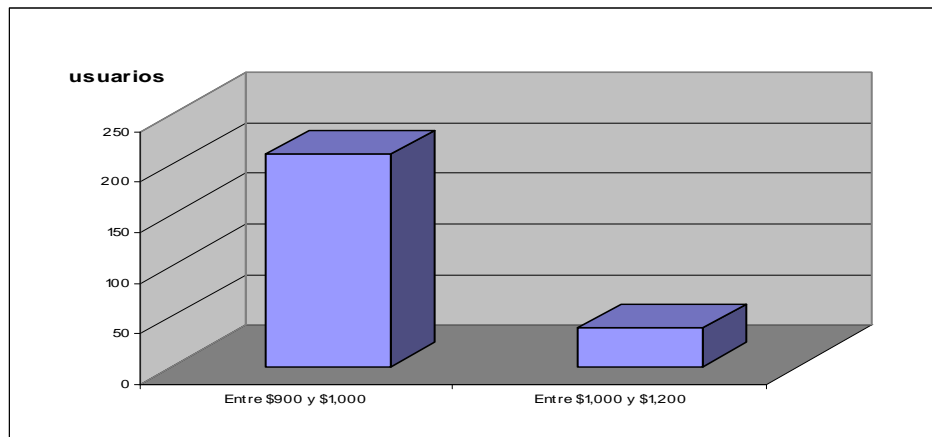
La mayoría de la población paga por el servicio de fotocopiado un precio por encima del promedio ponderado, además los habitantes del sector cancelan un valor que excede a el que maneja normalmente el mercado local.

Tabla 17. Precio pagado por hora internet

INTERNET	fi	hi(%)
Entre \$900 y \$1,000	210	85%
Entre \$1,000 y \$1,200	38	15%

Fuente: Autores

Figura 14. Precio pagado por hora de internet



Fuente: Autores

A la pregunta ¿Cuánto paga por hora de Internet?, la población encuestada responde de la siguiente manera: el 85% respondieron que pagan entre \$900.00 y \$1000.00 y, el 15%, respondieron que pagan entre \$1.000.00 y \$1.200.00. Para determinar el precio pagado por hora de Internet se calcula el promedio ponderado así: $((900+1000)/2*0,85)+((1000+1200)/2*0,15) = \973.00 por hora de Internet.

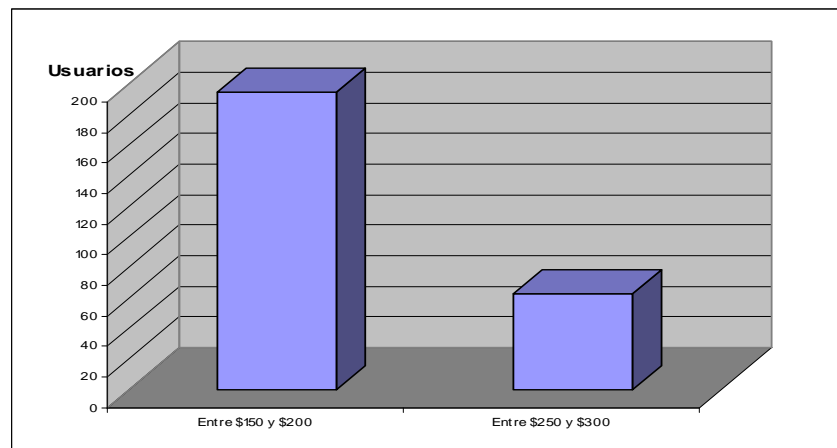
Con respecto al precio pagado por hora de Internet se tiene que gran porcentaje de la población esta dentro del rango que paga el precio normal establecido en el mercado local que es de \$1000.00 pesos la hora; aunque el promedio ponderado que arrojó la información nos muestra que es de \$973.00 pesos la hora normalmente el servicio esta por encima de este valor.

Tabla 18. Precio pagado por minuto de celular

TELEFONÍA MÓVIL	fi	hi(%)
Entre \$150 y \$200	195	76%
Entre \$250 y \$300	63	24%

Fuente: Autores

Figura 15. Precio pagado por minuto de telefonía



Fuente: Autores

A la pregunta ¿Cuánto paga por minuto de telefonía?, la población encuestada responde de la siguiente manera: el 76% respondieron que pagan entre \$150.00 y \$200.00; el 24%, respondieron que pagan entre \$250.00 y \$300.00.

Para determinar el precio pagado por minuto de telefonía se calcula el promedio ponderado: $((150+200)/2*0.76)+(250+300)/2*0.24= 199$ minutos.

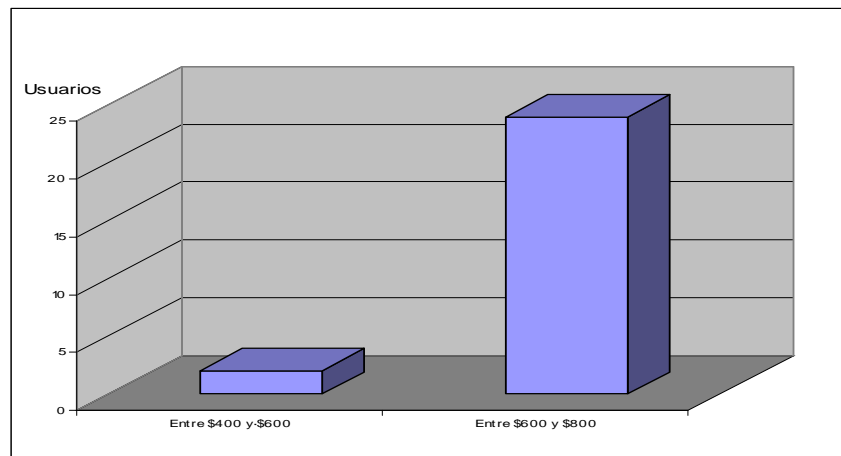
Teniendo en cuenta la información, la mayoría de la población paga el precio que normalmente se maneja en el mercado local, aunque existe un porcentaje de encuestados que accede al servicio a un costo mas elevado; El promedio ponderado establece la pauta para el precio del minuto de telefonía que ofrecerá CICOP.

Tabla 19. Precio pagado por hora de alquiler de computador

ALQUILER DE COMPUTADOR	fi	hi(%)
Entre \$400 y \$600	2	8%
Entre \$600 y \$800	24	92%

Fuente: Autores

Figura 16. Precio pagado por hora de alquiler de computador



Fuente: Autores

A la pregunta ¿Cuánto paga por hora de alquiler de computador?, la población encuestada respondió de la siguiente manera: el 92% respondieron que pagan entre \$600.00 y \$800.00 hora y el 8%, respondieron que pagan entre \$400.00 y \$600.00.

Para determinar el precio pagado hora de alquiler de computador se calcula el promedio ponderado así: $(400+600)/2*0.08)+(600+800)/2*0.92= 684$ hora

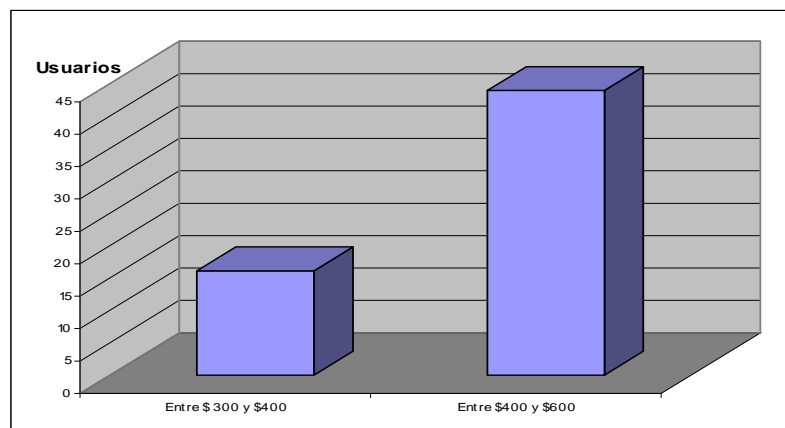
Los encuestados pagan entre 400 y 800 pesos por hora, distribuidos en porciones heterogéneas de acuerdo al rango establecido; el promedio ponderado calculado a partir de las respuestas tabuladas indican que valor del servicio debe estar aproximadamente en \$684.00 pesos la hora, lo cual da la base para establecer el precio del servicio.

Tabla 20. Precio pagado por scanner hoja

SCANNER	fi	hi(%)
Entre \$ 300 y \$400	16	27%
Entre \$400 y \$600	44	73%

Fuente: Autores

Figura 17. Precio pagado por hoja escaneada



Fuente: Autores

A la pregunta cuanto paga por hoja escaneada, la población encuestada responde de la siguiente manera: el 73%, respondieron que pagan entre \$400.00 y \$600.00 hoja, y el 27%, respondieron que pagan entre \$300.00 y \$400.00.

Para determinar el precio pagado por hoja escaneada, se calcula el promedio ponderado: $=((300+400)/2*0.27)+(400+600)/2*0.73= 460$ hoja

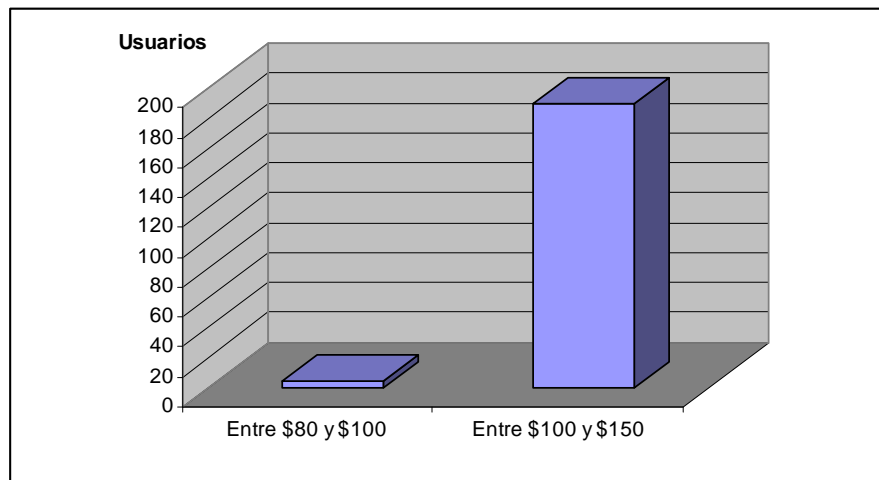
Gran porcentaje del mercado objetivo que utiliza el servicio de escáner paga un valor más alto del promedio ponderado calculado según la información tabulada, se considera que el costo de este servicio se debe a la dificultad de acceder al servicio y a la poca demanda del mismo.

Tabla 21. Precio pagado por hoja impresa

IMPRESIÓN	fi	hi(%)
Entre \$80 y \$100	4	2%
Entre \$100 y \$150	190	98%

Fuente: Autores

Figura 18. Precio pagado por hoja impresa



Fuente: Autores

A la pregunta ¿cuanto paga por hoja impresa?, la población encuestada respondió de la siguiente manera: el 98%, respondieron que pagan entre \$100.00 y \$150.00 hoja y, el 2%, respondieron que pagan entre \$80.00 y \$100.00.

Para determinar el precio pagado por impresión se calcula el promedio ponderado:
 $((80+100)/2*0.02)+(100+150)/2*0.98= 124.3$.

Casi la totalidad de la población paga por hoja impresa entre \$100 y \$150; el valor que paga en promedio la población que utiliza el servicio de impresión es de \$124.3 pesos. Este es un factor determinante para la fijación del precio de hoja impresa.

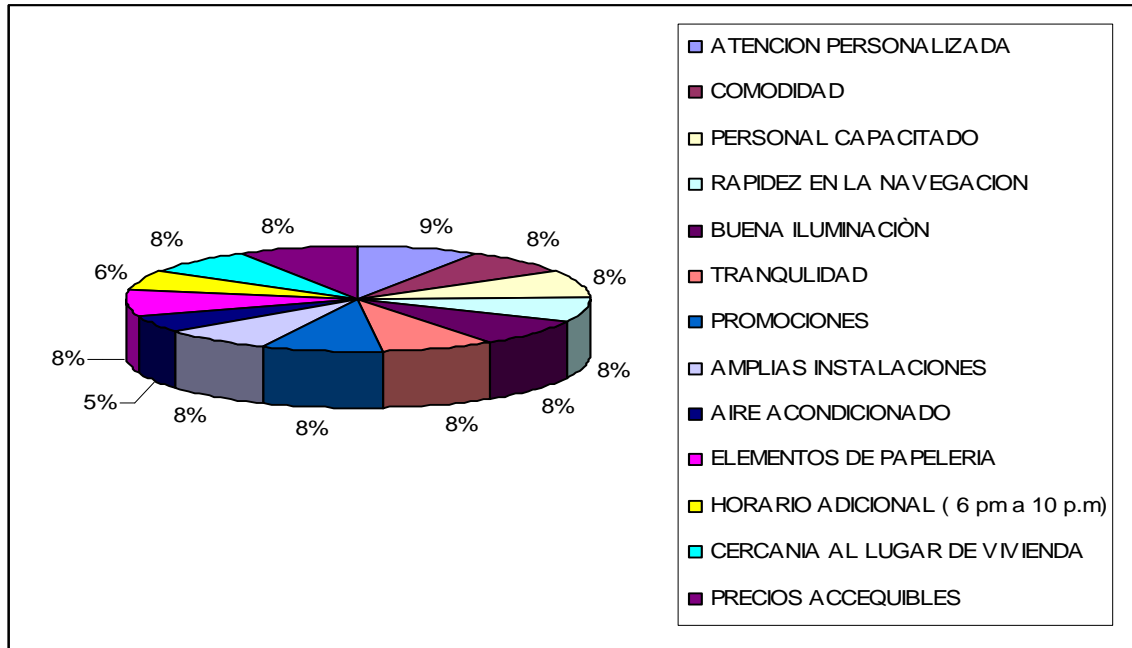
Tabla 22. Servicios que le gustaría encontrar

PREGUNTA N.7 ¿Que le gustaría encontrar?

SERVICIOS	fi	hi(%)
ATENCIÓN PERSONALIZADA	314	8%
COMODIDAD	314	8%
PERSONAL CAPACITADO	312	8%
RAPIDEZ EN LA NAVEGACIÓN	288	8%
BUENA ILUMINACIÓN	304	8%
TRANQUILIDAD	308	8%
PROMOCIONES	316	8%
AMPLIAS INSTALACIONES	298	8%
AIRE ACONDICIONADO	200	5%
ELEMENTOS DE PAPELERÍA	308	8%
HORARIO ADICIONAL (6 pm a 10 pm)	216	6%
CERCANÍA AL LUGAR DE VIVIENDA	314	8%
PRECIOS ACCESIBLES	314	8%

Fuente: Autores

Figura 19. Qué le gustaría encontrar



Fuente: Encuesta aplicada por los Autores

A la pregunta ¿Qué le gustaría encontrar?, la población encuestada responde de la siguiente manera: El aire acondicionado con el 5% y los horarios adicionales con el 6%, se diferencian de los demás pues obtuvieron un menor porcentaje; atención personalizada, comodidad, cercanía al lugar de vivienda y precios asequibles ,personal capacitado, elementos de papelería, tranquilidad, buena iluminación, amplias instalaciones y rapidez en la navegación, todos tienen igual peso que corresponde al 89% restante.

Las particularidades más solicitadas según los datos recolectados se presentaron de la siguiente manera: el 100% de los encuestados respondió que les gustaría encontrar promociones; el 99% respondió que les gustaría encontrar atención personalizada, comodidad, cercanía al lugar de vivienda y precios accesibles; el 98% respondió que les gustaría encontrar personal capacitado; el 97% respondió

que le gustaría encontrar tranquilidad y elementos de papelería; las demás presentan una participación muy variable.

Los resultados obtenidos indican que la población encuestada está deseosa de poder contar con una empresa que les ofrezca servicios y características como las que propone el centro integrado de comunicación copiado y papelería.

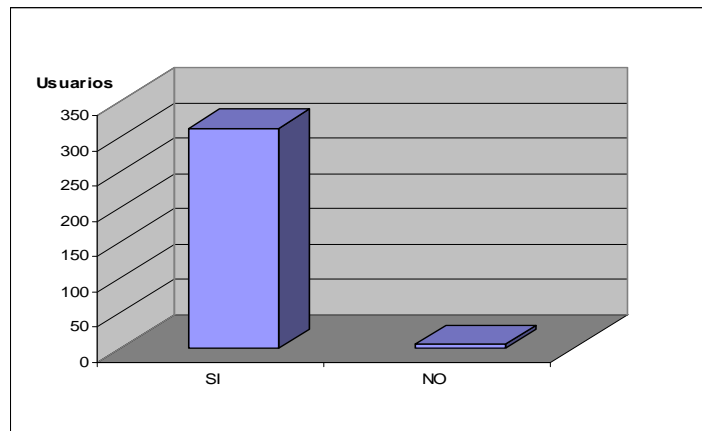
Tabla 23. Utilización de los servicios

Pregunta N.8 ¿Utilizaría los servicios?

RESPUESTA	fi	hi(%)
SI	312	98%
NO	5	2%

Fuente: Encuesta aplicada por los Autores

Figura 20. Utilizaría los servicios



Fuente: Encuesta aplicada por los Autores

A la pregunta utilizaría los servicios, la población encuestada responde de la siguiente manera: el 98% manifestaron la intención de utilizar los servicios y solamente el 2% manifestaron que no lo utilizaría.

Los resultados obtenidos indican que, la población encuestada está dispuesta a utilizar los servicios del Centro Integral de Comunicación Copiado y Papelería; esta es una pregunta de mucha relevancia para el proyecto ya que da una visión clara sobre el nivel de aceptación del mercado objetivo frente al proyecto y según la información procesada en esta tabulación se visualiza gran aceptación.

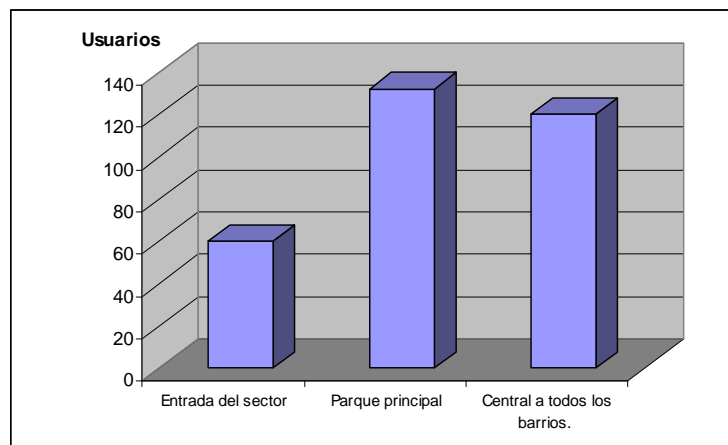
Tabla 24. Preferencia de ubicación de proyecto

Pregunta N.9 ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado?

RESPUESTA	fi	hi(%)
Entrada del sector	60	19%
Parque principal	132	42%
Central a todos los barrios.	120	38%

Fuente: Encuesta aplicada por los Autores

Figura 21. Dónde le gustaría que estuviera ubicado



Fuente: Encuesta aplicada por los Autores

A la pregunta donde le gustaría que estuviera ubicado, la población encuestada responde de la siguiente manera: el 42% contestaron que les gustaría encontrarlo en el parque principal, el 38% manifestaron que central a todos los barrios y 19% manifestaron que en la entrada del sector.

La mayoría de la población encuestada tiene inclinación por dos de las ubicaciones, pero hay una inclinación mayor por “parque principal”; esta es una determinante a tener en cuenta en el momento de hacer el estudio de localización.

- **Estimación de la demanda**

El mercado objetivo de los servicios que se ofrecerán son: los habitantes del sector con nivel educativo (91.4% de los habitantes pertenecen a este segmento). El 61% del total de la población objetivo se encuentra concentrado en el barrio San Antonio de carrizal.

Se presenta una tabla resumen de la demanda, según las encuestas realizadas, mostrando el consumo mensual, promedio y precio pagado por unidad de cada servicio.

Tabla 25. Situación actual de la demanda

PRODUCTO	USUARIOS	CONSUMO MENSUAL	PROMEDIO/MES	PRECIO UNITARIO
FAX	34	878	16	\$ 979
FOTOCOPIAS	208	24.196	63	\$ 67
INTERNET	248	27.625	100	\$ 973
TELEFONÍA	258	74.356	276	\$ 199
ALQUILER DE COMPUTADOR	26	596	12	\$ 684
SCANNER	60	2.882	36	\$ 460
IMPRESIÓN	194	20.928	56	\$ 124
PAPELERÍA	306	\$ 553.860	\$1.810	

Fuente: Autores del estudio

En la Tabla siguiente se consolida la información actual del total la demanda por año. La población demandante se estableció teniendo en cuenta el porcentaje de utilización de cada servicio arrojado en la tabulación de las encuestas, aplicado a la población objetivo es decir a los 3.930 habitantes.

Tabla 26. Demanda actual del servicio al año

PRODUCTO	DEMANDA	POBLACIÓN DEMANDANTE	DEMANDA MES	DEMANDA AÑO
FAX	10,7%	422	6.744	80.931
FOTOCOPIAS	65,6%	2.579	162.457	1.949.478
INTERNET	78,2%	3.075	307.457	3.689.489
TELEFONÍA	81,4%	3.199	882.799	10.593.594
ALQUILER DE COMPUTADOR	8,2%	322	3.868	46.416
SCANNER	18,9%	744	26.779	321.343
IMPRESIÓN	61,2%	2.405	134.686	1.616.234
PAPELERÍA	96,5%	3.794	6.866.466	82.397.595

Fuente: Autores del estudio

La información que se muestra en la tabla 26 sirve como base para proyectar la demanda, teniendo en cuenta que se hizo inferencia estadística, pues a partir de los datos recolectados de la muestra, se aplicó en igual proporción al tamaño total de la población.

2.4.2 Proyección de la demanda. Para calcular la proyección de la demanda, se utiliza el porcentaje de crecimiento poblacional de Girón, el cual equivale al 2% según la información presentada por el DANE del último censo realizado¹⁷.

¹⁷ Censo DANE Junio 2005
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/

Tabla 27. Proyección de la demanda

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FAX -Hojas	80.931	82.549	84.200	85.884	87.602
FOTOCOPIAS - Hojas	1.949.478	1.988.468	2.028.237	2.068.802	2.110.178
INTERNET - Horas	3.689.489	3.763.279	3.838.544	3.915.315	3.993.622
TELEFONÍA - Minutos	10.593.594	10.805.466	11.021.575	11.242.007	11.466.847
ALQUILER DE COMPUTADOR - Horas	46.416	47.344	48.291	49.257	50.242
SCANNER - Hojas	321.343	327.769	334.325	341.011	347.832
IMPRESIÓN -hojas	1.616.234	1.648.559	1.681.530	1.715.161	1.749.464
PAPELERÍA - Pesos	82.397.595	84.045.547	85.726.458	87.440.987	89.189.807

Fuente: Autores del estudio

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información

- Determinar quiénes son los competidores en el sector el Carrizal de Girón.
- Identificar y ubicar a la oferta que, actualmente, presta los servicios estimados en este sector.
- Indagar sobre la historia, productos, capacidad instalada y precios de los oferentes de dichos servicios en el sector el Carrizal de Municipio de Girón Santander
- Establecer la participación en el mercado de cada uno de los establecimientos que prestan estos servicios.

2.5.2 Ficha técnica

Tabla 28. Ficha técnica de la oferta

TIPO DE INVESTIGACIÓN	Exploratoria-
MÉTODO INVESTIGACIÓN	Observación
FUENTES INFORMACIÓN	Primarias
TÉCNICAS RECOLECCIÓN INFORMACIÓN	Entrevista
INSTRUMENTO	Entrevista
MODO DE APLICACIÓN	Directa
DEFINICIÓN DE POBLACIÓN	Los establecimientos que actualmente prestan los servicios de Comunicación, Copiado y Papelería en la zona del carrizal
ALCANCE	Zonal del Carrizal Municipio de Girón (4 Barrios)
TIEMPO DE APLICACIÓN	Mayo 2008

Fuente: Autores del estudio

2.5.3 Análisis de la situación actual de la competencia. En el sector del carrizal del municipio de Girón, ninguna empresa de las existentes, ofrecen los servicios integrados de comunicación, copiado y papelería. Dentro de la zona se encuentran 4 empresas que ofrecen independientemente los servicios que CICOP tiene dentro de su portafolio, es por ello que se catalogan como competidores. La información de la oferta y su participación en el mercado es como sigue:

FOTOCOPITO: Ubicado en la carrera 23 con calle 38, del barrio el Carrizal, donde se ofrecen servicios de fotocopiado, telefonía, scanner, papelería e Internet, con una participación en el mercado de: 58%, 16%, 58%, 38% y 18% respectivamente.

INTERNET.COM: Ubicado en la Carrera 22^a con calle 22^a, en el barrio San Antonio del Carrizal, el cual ofrece servicios de Internet, telefonía, impresión

papelería con una participación en el mercado de: 22%, 26%, 55% y 63% respectivamente.

CIBERNET@: Ubicado en la transversal 54 con 22c del barrio Altos del Carrizal, allí se ofrecen servicio de Internet, fotocopias, telefonía, scanner e impresiones; con una participación en el mercado de: 27%, 42%, 30%, 21% y 45% respectivamente.

CONECTATE.COM: Ubicado en la entrada del barrio Carrizal Campestre, el cual ofrece los servicios de fax, Internet, telefonía, alquiler de computadores y scanner; con una participación en el mercado de: 100%, 33%, 28%, 100% y 21% respectivamente.

Las empresas existentes, actualmente utilizan un canal de comercialización directo. Sus medios publicitarios son escasos, se limitan a ubicar avisos en la fachada del local.

Tabla 29. Oferta actual del servicio al año

PRODUCTO	FOTOCOPIADO	% mercado	INTERNET.COM	% mercado	CIBERNET	% mercado	CONECTATE.COM	% mercado	Total
FAX (Hojas)							29.825	100%	29.825
FOTOCOPIAS (Hojas)	814.035	58%			586.105	42%			1.400.140
INTERNET (Horas)	371.498	18%	445.797	22%	557.247	27%	668.696	33%	2.043.238
TELEFONÍA (Minutos)	1.002.752	16%	1.604.404	26%	1.804.954	30%	1.704.679	28%	6.116.789
ALQUILER DE COMPUTADOR (Horas)							24.211	100%	24.211
SCANNER (Hojas)	108.826	58%			38.866	21%	38.866	21%	186.558
IMPRESIÓN (Hojas)			904.809	38%	735.157	31%			1.639.966
PAPELERÍA (Pesos)	21.465	38%	35.775	63%					57.240

Fuente: Autores del Proyecto

La información de la tabla anterior se obtiene a partir de los datos suministrados por los propietarios de las empresas oferentes Fotocopito, Internet.com, Cibernet, Conectate.com., mediante una visita realizada donde se aplicó el instrumento de recolección de datos: entrevista. Como se mencionó anteriormente no hay competencia directa es decir no existe en el sector un centro con iguales características, de todas maneras los servicios que se ofrecen actualmente de forma parcial afectan la demanda del proyecto.

El consolidado de la oferta al año se relaciona a continuación, separado por servicio:

Tabla 30. Oferta anual consolidada por producto

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	VALORES
FAX	Hojas	29.825
FOTOCOPIAS	Hojas	1.400.140
INTERNET	Horas	2.043.238
TELEFONÍA	Minutos	6.116.789
ALQUILER DE COMPUTADOR	Horas	24.211
SCANNER	Hojas	186.558
IMPRESIÓN	Hojas	1.639.966
PAPELERÍA	Pesos	\$ 57.240

Fuente: Autores del proyecto

2.5.4 Proyección de la oferta (Competencia)

- **Tasa de crecimiento del sector.** Teniendo en cuenta que no existen datos históricos del crecimiento de los servicios ofrecidos en el sector donde se quiere proyectar la oferta, fue necesario acudir a la experiencia de las personas que administran los establecimientos que actualmente ofrecen sus servicios en

la zona. De acuerdo con visitas realizadas, se estableció un promedio anual de crecimiento, teniendo en cuenta los registros de años anteriores con relación al siguiente, de allí se determinó que para cada uno de los establecimientos el incremento es el que se relaciona a continuación.

Tabla 31. Promedio tasa de crecimiento anual del sector

PRODUCTO	FOTOCOPIAS	INTERNET.COM	CIBERNET	CONECTATE.COM	PROMEDIO CRECIMIENTO
FAX				10%	3%
FOTOCOPIAS	10%		10%		5%
INTERNET	15%	10%	13%	13%	13%
TELEFONIA	15%	10%	13%	13%	13%
ALQUILER DE COMPUTADOR				20%	5%
SCANNER	10%		10%	10%	8%
IMPRESIÓN		10%	10%		5%
PAPELERÍA	10%	10%			5%

Fuente. Autores del Proyecto

Tabla 32. Proyecciones de la oferta

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	TASA ESTIMADA DE CRECIMIENTO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FAX	Hojas	3%	29.825	30.720	31.641	32.591	33.568
FOTOCOPIAS	Hojas	5%	1.400.140	1.470.147	1.543.654	1.620.837	1.701.879
INTERNET	Horas	13%	2.043.238	2.308.859	2.609.011	2.948.182	3.331.446
TELEFONÍA	Minutos	13%	6.116.789	6.911.972	7.810.528	8.825.896	9.973.263
ALQUILER DE COMPUTADOR	Horas	5%	24.211	25.422	26.693	28.027	29.429
SCANNER	Hojas	8%	186.558	201.483	217.601	235.009	253.810
IMPRESIÓN	Hojas	5%	1.437.166	1.509.024	1.584.476	1.663.699	1.746.884
PAPELERÍA	Pesos	5%	\$ 57.240	\$ 60.102	\$ 63.107	\$ 66.262	\$ 69.576

Fuente: autores del proyecto

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Teniendo en cuenta la información recolectada y la proyección de la demanda, así como la información de la oferta y la proyección de los servicios, se procede a determinar la demanda insatisfecha restando de la oferta de la demanda.

Tabla 33. Demanda insatisfecha

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FAX -Hojas	80.931	82.549	84.200	85.884	87.602
FOTOCOPIAS - Hojas	1.949.478	1.988.468	2.028.237	2.068.802	2.110.178
INTERNET - Horas	3.689.489	3.763.279	3.838.544	3.915.315	3.993.622
TELEFONÍA - Minutos	10.593.594	10.805.466	11.021.575	11.242.007	11.466.847
ALQUILER DE COMPUTADOR - Horas	46.416	47.344	48.291	49.257	50.242
SCANNER - Hojas	321.343	327.769	334.325	341.011	347.832
IMPRESIÓN - hojas	1.616.234	1.648.559	1.681.530	1.715.161	1.749.464
PAPELERÍA - Pesos	82.397.595	84.045.547	85.726.458	87.440.987	89.189.807
PROYECCIÓN DE LA OFERTA					
FAX -Hojas	29.825	30.720	31.641	32.591	33.568
FOTOCOPIAS - Hojas	1.400.140	1.470.147	1.543.654	1.620.837	1.701.879
INTERNET - Horas	2.043.238	2.308.859	2.609.011	2.948.182	3.331.446
TELEFONÍA - Minutos	6.116.789	6.911.972	7.810.528	8.825.896	9.973.263
ALQUILER DE COMPUTADOR - Horas	24.211	25.422	26.693	28.027	29.429
SCANNER - Hojas	186.558	201.483	217.601	235.009	253.810

IMPRESIÓN - hojas	1.437.166	1.509.024	1.584.476	1.663.699	1.746.884
PAPELERÍA - Pesos	57.240	60.102	63.107	66.262	69.576

DEMANDA INSATISFECHA

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FAX -Hojas	51.106	51.830	52.559	53.294	54.034
FOTOCOPIAS - Hojas	549.338	518.321	484.583	447.965	408.299
INTERNET - Horas	1.646.251	1.454.420	1.229.534	967.133	662.176
TELEFONÍA - Minutos	4.476.805	3.893.494	3.211.047	2.416.110	1.493.584
ALQUILER DE COMPUTADOR - Horas	22.205	21.923	21.599	21.230	20.814
SCANNER - Hojas	134.785	126.287	116.724	106.002	94.021
IMPRESIÓN - hojas	179.068	139.535	97.055	51.461	2.580
PAPELERÍA - Pesos	82.340.355	83.985.445	85.663.351	87.374.724	89.120.231

Fuente: Autores del estudio

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de los productos ofrecidos al consumidor final. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

- **Canales directos.** Cuando no existe intermediarios al efectuar la comercialización y entrega de los productos al cliente. Este tipo de canal de

comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad y que se puede abarcar con medios propios.

Para tales fines, la empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días y horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas.

- **Canales indirectos:** Son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales no se ha abarcado directamente con el personal de la empresa.

Para tales fines, la empresa se vale de una serie de recursos comerciales establecidos, entre los cuales se destacan:

A) Representantes autorizados: empresas que se dedican a comercializar, en forma exclusiva, productos en áreas o ciudades diferente a la empresa que los produce.

B) Distribuidores autorizados: empresas mayoristas que, junto a los productos de otras empresas, también trabajan líneas de productos o servicios en áreas, ciudades o países diferentes a los del sitio de fabricación.

C) Comerciantes mayoristas: se refiere a supermercados, hoteles, mall, zonas francas o de libre comercio, cadenas de tiendas, etc. Los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países que no son del mercado de la empresa que los fabrica.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

- **Canales Directos**

Ventajas:

- Negociación directa del precio.
- Ventas de contado
- Atención personalizada al cliente lo que permite promover los servicios.

Desventajas:

- Altos costos de distribución
- Imposibilidad de manejo de terceros

- **Canales indirectos**

- A) Representantes autorizados.**

Ventajas:

- Negociación directa del precio.
- Ventas de contado
- Exclusividad

Desventajas:

- Imposibilidad de otros comercializadores
- Precio preferenciales.

- B) Distribuidores autorizados:**

Ventajas:

- Ofrecimiento del producto en varios nichos de mercado

Desventajas:

- Las ventas no son constantes

- C) Comerciantes mayoristas:**

Ventajas:

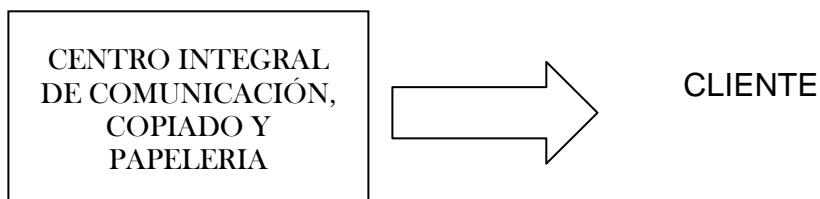
- Ofrecimiento masivo del producto
- Alta rotación

Desventajas:

- Traslado al precio del productor las ofertas de oportunidad al consumidor
- Severas exigencias de calidad
- Largos plazos de cobro
- Alto costo por codificación de productos

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. La empresa, como prestadora de servicios, atenderá a sus clientes directamente, por lo tanto, utilizará el canal de comercialización directo.

Figura 22. Canales de comercialización



Fuente: Autores del estudio

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio.

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en qué se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción e ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien no buscar mediante el precio una diferenciación del producto o servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia.

Deben analizarse las ventajas y desventajas de cualquiera de las tres opciones, cubriéndose en todos los casos los costos en los que incurre la empresa, no se pueden olvidar los márgenes de ganancia que esperan percibir los diferentes elementos del canal de distribución.

De los resultados obtenidos en la encuesta se tabulan los precios de los diferentes productos existentes en el mercado; de esta forma se efectúa un análisis por cada producto, para determinar los precios que son pagados actualmente.

2.8.2 Estrategia de fijación de precios. La fijación de precios será una decisión estratégica debido a los siguientes factores:

- Estimula o desanima la demanda, habrá que tener en cuenta el valor que el consumidor está dispuesto a pagar por el servicio.
- Es un arma competitiva en cualquier tipo de mercado.
- Es relevante en la rentabilidad de la empresa.

Estrategia 1

Fijación de precios por paquete de productos: Tomando como ejemplo que muchas compañías, ofrecen productos colectivos, que son algo así como “paquetes” de sus productos, a un precio menor que si el comprador los adquiriese

en forma individual. Esta estrategia no solo aumentará los beneficios de la nueva empresa, sino que promueve a los consumidores a adquirir productos que quizás de forma individual no hubiesen adquirido. Para determinar esta estrategia se debe realizar un costeo real de los productos y/o servicios de la empresa y poder fijar un precio adecuado para ofrecerlo en forma de paquete, de tal manera que no quede por debajo, ni por encima del precio del mercado.

Por otra parte para establecer los precios de los artículos de papelería se establece a partir del costo el 35% de utilidad.

Estrategia 2

Descuento por cantidad: Reducción del precio para los compradores que utilicen los servicios en grandes cantidades, con un descuento del 10%.

Fijación de precios promocional: Se asignarán promociones temporales, sobre los precios de los productos y/o servicios por debajo de lo normal e incluso por debajo del costo, de un 15% hasta un 20%. Si bien esta estrategia adopta varias formas, se puede definir en términos generales como que será utilizada de forma temporal para incrementar las ventas a corto plazo, los precios promocionales se harán en temporadas altas donde se sabe que los productos y servicios serán más demandados. Para efectos de esta modalidad, se sabe que la temporada escolar tiene épocas de mayor demanda como son la finalización de periodos.

Estrategia 3

Estrategia para penetrar en el mercado: Fijar un precio bajo con el fin de atraer la mayor cantidad de compradores posibles y así lograr una importante participación en el mercado. Al tener un elevado volumen de ventas los costos serán inferiores, lo que puede permitir bajar más aún el precio según se presente la oportunidad; de esta forma dar a conocer los excelentes servicios ofrecidos y compensar el

aumento de precio con factores como la calidad y la comodidad de encontrar en un solo sitio todos los productos.

Por otra parte para establecer los precios de los artículos de papelería se establece a partir del costo el 35% de utilidad.

Estrategia 4

A partir del precio promedio del servicio: En el estudio de mercado se determinó el precio promedio que paga el mercado objetivo por acceder a cada uno de los servicios, además, se debe tener en cuenta el costo de la prestación del servicio y el porcentaje esperado de utilidad de cada uno de estos; a partir de los datos arrojados en la operación anterior se establece el precio final.

Por otra parte para establecer los precios de los artículos de papelería se establece a partir del costo el 35% de utilidad.

Para calcular el precio de los servicios los artículos de papelería ofrecidos por el Centro Integral de Comunicaciones copiado y papelería, y después de haber analizado las 4 posibles estrategias, se ha establecido el precio final sobre la estrategia 4, con el fin de evitar precios desmedidos con respecto a la competencia.

Tabla 34. Lista de precios estimados

PRODUCTO	PRECIO/PROMEDIO
FAX -Hojas	\$ 979
FOTOCOPIAS - Hojas	\$ 67
INTERNET - Horas	\$ 973
TELEFONÍA - Minutos	\$ 199
ALQUILER DE COMPUTADOR - Horas	\$ 684
SCANNER - Hojas	\$ 460
IMPRESIÓN -hojas	\$ 124

Fuente: Autores del estudio

Los precios de la papelería se determinan por artículo teniendo en cuenta que el proveedor que nos proporciona la mercancía con mejores precio, calidad y entrega es Central de Suministros.

Tabla 35. Precio de los artículos de papelería

ARTICULO	PRECIO VENTA	CANTIDAD DE UNIDADES
Archivador fuele 30 bolsillo medio oficio	\$ 13.979,25	2
Bandas de caucho	\$ 423,90	4
Borrador nata	\$ 450,90	20
Bisturí grande	\$ 584,55	10
Bolsillo acetatos	\$ 140,40	50
CD-R	\$ 1.328,40	50
CD-RW	\$ 2.300,40	50
Calculadoras	\$ 9.732,15	9
Corrector	\$ 4.201,20	20
Carpetas	\$ 305,10	20
Carpetas plásticas	\$ 1.416,15	20
Cartulina cortada	\$ 89,10	30
Cinta	\$ 664,20	30
Colbon	\$ 1.379,70	20

ARTICULO	PRECIO VENTA	CANTIDAD DE UNIDADES
Cuadernos	\$ 1.067,85	15
Gancho cosedora	\$ 3.763,80	9
Gancho clip	\$ 437,40	10
Lapiceros	\$ 423,90	30
Lápiz	\$ 373,95	30
Marcador	\$ 884,25	20
Micropunta	\$ 796,50	20
Cartulina escolar	\$ 530,55	20
Pos-it	\$ 764,10	10
Resaltador	\$ 1.026,00	20
Rollo fax	\$ 4.141,80	6
Resma carta	\$ 11.325,15	6
Resma oficio	\$ 14.156,10	6
Regla	\$ 743,85	10
Sacaganchos	\$ 2.035,80	6
Sobre	\$ 67,50	30
Tijeras	\$ 3.539,70	10
Minas	\$ 618,30	20
Hojas de calculo	\$ 67,50	30
Bocks	\$ 2.295,00	15
Talonario de facturas	\$ 2.700,00	10
Papel Bond	\$ 337,50	20
Agendas	\$ 7.078,05	9
Formas	\$ 40,50	20
Block de calcantes	\$ 1.755,00	10
TOTALES	\$ 97.965,45	727

Fuente: Autores del estudio

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad que se haga para la nueva empresa y para sus productos y/o servicios, será una comunicación unilateral e impersonal. Será dirigida a un público determinado con el propósito de incidir sobre sus actitudes. La función de publicidad de ésta empresa, se basará en comunicar la aparición del producto y/o servicio, recordar su existencia, y presentar sus ventajas a través de medios como volantes informativos, publicidad entre personas, etc. La promoción de ventas consistirá en una variada gama de estímulos orientados a provocar la compra del producto y el uso del servicio.

2.9.1 Objetivos

- Establecer y mantener una imagen positiva de la Empresa, productos y/o servicios.
- Crear una necesidad de los nuevos productos y/o servicios.
- Motivar ventas.
- Persuadir a los clientes que los servicios de la empresa son los mejores.
- Promocionar eventos.
- Llegar al consumidor creando un grado de expectativa sobre los servicios y beneficios de la nueva empresa.
- Lograr una efectiva penetración en el mercado objetivo con el propósito de fijar un posicionamiento en el medio.

2.9.2 Logotipo. Inicialmente se define el nombre y el logo de la empresa como CENTRO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN, COPIADO Y PAPELERÍA CICOP, el cual permite al cliente identificar que, en ese establecimiento encontrará todo lo relacionado con el ramo, sin necesidad de desplazarse a otro sitio.

Seguidamente se define el logotipo de la empresa:

Figura 23. Logotipo



Centro Integral de Comunicación, copiado y papelería

Fuente: Autores del proyecto

El logo está formado por una **C** mayúscula en dos dimensiones que expresa las ramas que se manejan en la empresa, es decir Copiado y **C**omunicación y la letra **P** en el centro en representación de la línea de Papelería. Adicionalmente se presenta en colores vistosos que permiten su identificación a lo lejos ocasionando un impacto en la retina del usuario.

2.9.3 Lema. Lema de la empresa: **SOLUCIÓN INTEGRAL AL INSTANTE**, se busca posicionar a la empresa haciendo énfasis en que se ofrecen los servicios integrales con un valor agregado de manera eficaz, y con un excelente servicio al cliente.

2.9.4 Análisis de Medios. Por visitas efectuadas a la zona del carrizal municipio de Girón, se evidencia la existencia de medios de comunicación como:

- **Publicidad radiofónica.** Desplazada en relevancia por la televisión, mantiene un público que por necesidades concretas o preferencias subjetivas escuchan el medio fielmente. **Cuña:** es una forma radiofónica que no se presenta por sí misma, sino que va integrada en otros formatos; por ejemplo, en un reportaje, dentro de una crónica como ilustración de una

mesa redonda, etcétera. No debe tener una duración mayor de los 2 minutos. Esta es la forma más habitual para introducir la publicidad en el medio radiofónico.

- **Pieza Gráfica.** Se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades. Se relaciona muy fuertemente con la publicidad, la cual es usada tanto en vía pública como en revistas o prensa escrita. A pesar de limitarse a un espacio plano, en la vía pública puede tener relieves para acaparar el interés de los transeúntes.
- **Televisión.** Publicidad realizada a través de cadenas de televisión, bien a través de spot, patrocinios, microespacios temáticos. Es un medio costoso pero de gran impacto. Sólo utilizable para productos o servicios de amplio consumo. Se han introducido nuevas fórmulas como el patrocinio de programas o recomendación de presentadores.
- **Publicidad en prensa y revistas:** Medio muy segmentado por su naturaleza: existen revistas de niños, jóvenes, mujeres, profesionales, etc. Se trata de un medio leído por personas que gustan de información por lo que la publicidad puede ser más extensa y precisa.
- **Publicidad exterior o vía pública:** Vallas, marquesinas, transporte público, letreros luminosos, vallas prisma, etc. Debe ser muy directa e impactante, "un grito en la calle" sin duda la de mayor impacto.
- **Publicidad en Punto de Venta (PDV):** Se realiza por medio de displays, muebles expositores, carteles, póster, etc. que se sitúan en el lugar en el que se realizará la venta. Es un refuerzo muy importante pues es allí donde se decide la compra. Generalmente, se utilizan como BTL o complemento a

campañas publicitarias y promociones en marcha. Se usa como protector de pantalla.

- **Perifoneo.** Es un mecanismo publicitario mediante el cual el proveedor de un bien o servicio, mediante un sistema de comunicación, generalmente un generador, micrófono y parlante informa a las personas sobre algo de interés. En los Barrios de las ciudades se ofrecen, por lo general, productos de temporada o microempresas que están iniciando sus labores en el sector.

2.9.5 Selección de Medio. Teniendo en cuenta los medios de comunicación y su definición, se decide utilizar la publicidad exterior o en vía pública, por otra parte, se diseñarán fichas promocionales que se entregarán a nuestro mercado objetivo, con el fin incentivar a la utilización del servicio. Igualmente la publicidad en el punto de venta como protector de pantalla en los equipos.

2.9.6 Estrategia de Publicidad. Con el propósito de llegar al consumidor final, con un alto grado de efectividad, se desarrollará una estrategia de publicidad donde se pretende que el cliente conozca la nueva empresa y se anime a visitarla; para esto, por medio del perifoneo se anunciará capacitación en el manejo del navegador de Internet; por otra parte se utilizarán medios de comunicación acordes al mercado objetivo del proyecto.

Es importante asumir costos publicitarios que permitan atraer mercado y posicionar el nombre del centro en la comunidad con miras al crecimiento sostenido de la empresa. Se hace necesario mantener insumos de publicidad como plegables, reglas o separadores de páginas, tarjetas, carpetas, stickers, lapiceros, hojas membreteadas, y demás necesarios para la prestación del servicio diario.

El Portafolio debe estar acondicionado y manejado adecuadamente por cada una de las secciones encargadas. La estrategia de publicidad y promoción mediante el uso de los medios adecuados para la zona del carrizal, permitirá el posicionamiento de la empresa.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Se elabora un presupuesto acorde con los gastos en que se incurra por concepto de publicidad y promoción del centro Integral de Comunicación Copiado y Papelería con el propósito de darlo a conocer por la mayor cantidad de personas posibles.

Tabla 36. Presupuesto

GASTO	VALOR
Perifoneo (3 Horas en la semana) valor hora: 40.000	\$120.000
Fichas promocionales x 666	\$100.000
Obsequios 4 USB	\$100.000
Portafolio de servicios	\$10.000
Tarjetas de Presentación x 1000	\$35.000
Volantes x 1000	430.000
Material POP	\$150.000
Aviso de la fachada	\$500.000
TOTAL	\$1.045.000

Fuente: Autores

- **Lanzamiento de la Empresa.** El lanzamiento de la empresa se inicia mediante el uso del medio publicitario: PERIFONEO dando a conocer a la comunidad la capacitación gratuita sobre navegación en Internet y el manejo de computadores en cursos relámpagos de 2 horas durante la primera semana. Igualmente se ofrecerá una recepción en las instalaciones de la empresa invitando a un seleccionado grupo de personalidades de la zona del Carrizal. Adicionalmente:

Decoración de las instalaciones

Fichas promocionales.

Obsequios

Portafolio

Pasabocas

Tabla 37. Gastos de lanzamiento

GASTO	VALOR
Decoración de las instalaciones	\$ 300.000
Tarjetas de invitación	\$ 30.000
Recepción de Inauguración	\$ 700.000
Obsequios	\$ 250.000
Total	\$1.280.000

Fuente: Autores del estudio

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende inicialmente la determinación del tamaño del proyecto, en cuanto a la capacidad diseñada, instalada y utilizada o inicial de prestación de los servicios ofrecidos.

Seguidamente se diseñan los procedimientos de prestación de los servicios y se presentan los diagramas de los mismos, para facilitar los procesos de inducción del personal y el control de desempeño de los mismos.

Después se identifican los recursos requeridos para llevar a cabo el montaje y puesta en marcha de la empresa, teniendo en cuenta las necesidades físicas, humanas, de insumos y logísticas.

Finalmente se muestra la distribución en planta de la oficina, con el fin de distribuir los equipos y las personas en el espacio disponible para la empresa

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Se refiere a la capacidad de producción, volúmenes de demanda que se desean satisfacer; el proyecto tendrá como base de análisis los usuarios potenciales y reales, que requieran los servicios de un centro de comunicación copiado y papelería en la zona del carrizal municipio de Girón Santander.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto constituye una base fundamental en el momento de fijar la capacidad de prestación de los

servicios que ofrecerá la empresa y su proyección de crecimiento para 5 años, contando con los recursos físicos, técnicos y humanos.

3.1.2 Factores que condicionan y determinan el tamaño del proyecto. Entre los factores condicionantes del tamaño del proyecto se cuentan los siguientes:

- **Tamaño del mercado.** De acuerdo a los resultados del estudio de mercados se demostró que este factor no es limitante, debido a que se cuenta con un gran volumen de demanda insatisfecha y una actitud favorable frente al uso de los servicios y a la creación de la empresa por parte de la mayoría de los clientes.
- **Capacidad Financiera.** Los inversionistas interesados en el proyecto manifiestan que cuentan con \$34.355.350. para el montaje y puesta en marcha de la empresa, los cuales provienen de aportes propios; estos aportes son suficientes como inversión inicial para dar inicio al funcionamiento del proyecto; sin embargo, si se requiere de una inversión mayor, existe la posibilidad de adquirir un préstamo con entidades financieras.
- **Recurso Humano.** Se observa la necesidad de contratar personal con habilidades y conocimientos, especialmente en temas relacionados con los servicios que se prestarán: pero esta necesidad no supone inconveniente alguno, pues el entorno se caracteriza por ser educativo y tener elevados índices de desempleo, razón por la cual se prevé que existen personas idóneas para ocupar las áreas operativa y administrativa de la nueva empresa.
- **Tecnología.** La tecnología de punta será un soporte importante en la empresa, ya que facilitará la prestación de los servicios, mejorando la calidad y servicio al cliente.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Se define como la cantidad de servicios que podrá prestar la empresa. Está determinada por la cantidad máxima de producción que, en un momento determinado con base en los recursos con los que cuenta, pueda generar la empresa.

- **Capacidad total diseñada.** La capacidad diseñada se determina con una jornada laboral semanal de 48 horas por trabajador; teniendo en cuenta que la norma, establece que el horario, sin recargo nocturno, llega hasta las 10pm se implementan los siguientes horarios en dos turnos :
 - 7 AM a 2 PM y 2 PM a 9 PM de lunes sábado para un total de 7 horas diarias por turno. Para un total de 42 horas semanales.
 - 8 AM a 2 PM y 2 PM a 8 PM para el día domingo con un total de 6 horas diarias en cada turno.

Los horarios establecidos de esta forma suman un total de 48 horas semanales en cada turno por dos turnos diarios arrojan 96 horas semanales que equivalen a 384 horas mensuales y 4.608 horas al año.

Teniendo en cuenta que los equipos son nuevos y de alta calidad, el permanente mantenimiento preventivo y el oportuno mantenimiento correctivo, podrán trabajar el 100% de su capacidad; lo que permite calcular la capacidad diseñada.

El Centro integral de comunicación copiado y papelería contará con 10 estaciones de computador para prestar el servicio de Internet y alquiler de computador, 1 fax, 1 fotocopiadora, 1 scanner, 1 impresora multifuncional, 5 teléfonos con servicio a cualquier destino y el inventario de papelería de acuerdo con la información de la encuesta.

Tabla 38. Capacidad diseñada

PRODUCTO	CANTIDAD EQUIPOS	Horas año	Tiempo Tarea	Capacidad Instalada/año
FAX	1	4.608	3 minuto	92,160 Hojas
FOTOCOPIAS	1	4.608	1 minuto	276,480 Hojas
INTERNET	10	4.608	1 hora	4,516 horas (98%)
TELEFONÍA	5	4.608	1 minuto	1,382,400 minutos
ALQUILER DE COMPUTADOR	10	4.608	1 hora	92 horas (2%)
SCANNER	1	4.608	10 minutos	27,648 hojas
IMPRESIÓN	1	4.608	2 minutos	138,240 hojas
PAPELERÍA		4.608	5 minutos	55.296 veces

Fuente: Autores del estudio

La capacidad diseñada a partir de las 4.608 horas se establece de la siguiente manera:

Fax: Se estima que en el procedimiento de transmisión de un fax se utilizan 3 minutos, lo que arroja un resultado de 92.160 hojas en capacidad diseñada para este producto.

Fotocopias: Se estima que en el procedimiento de reproducción de una fotocopia se utilizan 1 minuto, lo que arroja un resultado de 276.480 hojas en capacidad diseñada para este producto.

Internet y alquiler de computador: Para estos dos productos se utilizan las 10 estaciones de computador diseñadas para tal fin; por lo tanto se determina el porcentaje de participación a partir de los datos obtenidos en la encuesta para la demanda de los dos productos; el servicio de Internet utiliza el 98% y el servicio de alquiler de computador el 2% restante. Estos porcentajes se toman con base en el

consumo calculado de Internet presentado en la tabla 7 que es de 27.625 horas y consumo de alquiler de computador presentado en la tabla 9 que es de 596 horas.

Se estima que en el servicio de Internet se utiliza la primera hora completa, lo que arroja un resultado de 4.516 horas en capacidad diseñada para este servicio; el servicio de alquiler de computador arroja 92 horas de capacidad diseñada para este producto.

Telefonía: La unidad de venta es el minuto, lo que arroja un resultado de 1.382.400 minutos en capacidad diseñada para este producto.

Scanner: Se estima que en el procedimiento de escanear de una hoja se utilizan 10 minutos, lo que arroja un resultado de 27.648 hojas en capacidad diseñada para este producto.

Impresión: Se estima que en el procedimiento de imprimir una hoja se utilizan 2 minutos, lo que nos arroja un resultado de 138.240 hojas en capacidad diseñada para este producto.

Papelería: Se estima que el tiempo que utiliza el empleado en atender un cliente que solicita un producto de papelería es de 5 minutos y según la capacidad del Centro Integral de Comunicación, Copiado y Papelería se cuenta con 4.608 horas, es decir se puede atender 55.296 veces.

- **Capacidad Instalada.** La capacidad instalada es la máxima disponible permanentemente, se calcula deduciendo de la capacidad diseñada, lo correspondiente a los días no laborados por la empresa, es decir, restar 28 horas correspondientes al 01 de enero y al viernes santo, para un total de .

Tabla 39. Capacidad instalada

PRODUCTO	CANTIDAD EQUIPOS	Horas año	tiempo tarea	Capacidad Instalada/año
FAX	1	4.580	3 minuto	91,600 Hojas
FOTOCOPIAS	1	4.580	1 minuto	274,800 Hojas
INTERNET	10	4.580	1 hora	4,488 horas (98%)
TELEFONÍA -Ver Cuadro-	5	4.580	1 minuto	7,836 minutos
ALQUILER DE COMPUTADOR	10	4.580	1 hora	92 horas (2%)
SCANNER	1	4.580	10 minutos	27,480 hojas
IMPRESIÓN	1	4.580	2 minutos	137,400 hojas
PAPELERÍA		4.580	5 minutos	54.960, veces

Fuente: Autores del estudio

La capacidad Instalada a partir de las 4.580 horas se establece de la siguiente manera:

Fax: Se estima que en el procedimiento de transmisión de un fax se utilizan 3 minutos, lo que nos arroja un resultado de 91.600 hojas en capacidad instalada para este producto.

Fotocopias: Se estima que en el procedimiento de reproducción de una fotocopia se utilizan 1 minuto, lo que nos arroja un resultado de 274.800 hojas en capacidad instalada para este producto.

Internet y alquiler de computador: Para estos dos productos se utilizan las 10 estaciones de computador instaladas para tal fin; por lo tanto se determina el porcentaje de participación que arroja los datos obtenidos en la encuesta para la demanda de los dos productos. Para Internet es de 98% y se estima que en el producto se utiliza la primera hora completa, lo que arroja un resultado de 4.488 horas en capacidad instalada para este producto; para alquiler de computador es de 2% igualmente se estima que la primera hora se utiliza completa, lo que arroja 92 horas de capacidad instalada para este producto.

Telefonía: La unidad e venta es el minuto y se contará con 5 equipos, lo que arroja un resultado de 1.374.000 minutos en capacidad instalada para este producto.

Scanner: Se estima que en el procedimiento de escanear de una hoja se utilizan 10 minutos, lo que arroja un resultado de 27.480 hojas en capacidad instalada para este producto.

Impresión: Se estima que en el procedimiento de imprimir una hoja se utilizan 2 minutos, lo que nos arroja un resultado de 137.400 hojas en capacidad instalada para este producto.

Papelería: Se estima que tiempo que utiliza el empleado en atender un cliente que solicita un producto de papelería es de 5 minutos, lo cual nos daría un resultado de 54.960 veces

- **Capacidad utilizada.** La capacidad utilizada es la fracción de la capacidad instalada que se empleará para satisfacer la demanda, se estima en un 30% de la capacidad instalada, el 70% restante corresponde al tiempo que utiliza el trabajador para realizar sus necesidades personales, tales como utilizar el baño, inactivada forzosa por clientes indecisos, mantenimiento de equipos, cargue de papel y tintas en la impresora y fotocopidora, inactividad e imprevistos como cortes en el fluido eléctrico; esto indica que se cuenta con 1.374 horas al año de capacidad Utilizada.

Tabla 40. Capacidad utilizada

PRODUCTO	CANTIDAD EQUIPOS	Horas año	tiempo tarea	Capacidad Utilizada/año 30%	Unidad de medida
FAX	1	1.374	3 minuto	27.480	Hojas
FOTOCOPIAS	1	1.374	1 minuto	82.440	Hojas
INTERNET	10	1.374	1 hora	13.464	Horas (98%)
TELEFONÍA	5	1.374	1 minuto	94.032	minutos
ALQUILER DE COMPUTADOR	10	1.374	1 hora	276	Horas (2%)
SCANNER	1	1.374	10 minutos	8.244	Hojas
IMPRESIÓN	1	1.374	2 minutos	41.220	Hojas
PAPELERÍA		1.374	5 minutos	16.488	Veces al año

Fuente: Autores del estudio

La capacidad utilizada partir de las 1.374 horas se establece de la siguiente manera:

Fax: Se estima que en el procedimiento de transmisión de un fax se utilizan 3 minutos, lo que nos arroja un resultado de 27.480 hojas en capacidad utilizada para este producto.

Fotocopias: Se estima que en el procedimiento de reproducción de una fotocopia se utilizan 1 minuto, lo que nos arroja un resultado de 82.440 hojas en capacidad utilizada para este producto.

Internet y alquiler de computador. Para estos dos productos se utilizan las 10 estaciones de computador instaladas para tal fin; por lo tanto se determina el porcentaje de participación que arroja los datos obtenidos en la encuesta para la demanda de los dos productos. Para Internet es de 98% y se estima que, en el producto, se utiliza la primera hora completa, lo que arroja un resultado de 13.464 horas en capacidad utilizada para este producto; para alquiler de computador es de 2% igualmente se estima que la primera hora se utiliza completa, lo que arroja 276 horas de capacidad utilizada para este producto.

Telefonía: La unidad e venta es el minuto y se contará con 5 equipos, lo que arroja un resultado de 94.032 minutos en capacidad utilizada para este producto.

Scanner: Se estima que en el procedimiento de escanear de una hoja se utilizan 10 minutos, lo que nos arroja un resultado de 8.244 hojas en capacidad utilizada para este producto.

Impresión: Se estima que en el procedimiento de imprimir una hoja se utilizan 2 minutos, lo que nos arroja un resultado de 41.221 hojas en capacidad utilizada para este producto.

Papelería: Se estima que tiempo que utiliza el empleado en atender un cliente que solicita un producto de papelería es de 5 minutos, lo cual nos daría un resultado de 16.488 veces

Tabla 41. Participación de la capacidad utilizada sobre la demanda insatisfecha

PRODUCTO	Demanda insatisfecha /servicios año	capacidad utilizada/servicios año	Participación	Unidad de medida
FAX	89.473	27.480	30,71%	Hojas
FOTOCOPIAS	1.855.998	82.440	4,44%	Hojas
INTERNET	1.671.739	13.464	0,81%	Horas (98%)
TELEFONÍA	3.910.735	94.032	2,40%	minutos
ALQUILER DE COMPUTADOR	56.491	276	0,49%	Horas (2%)
SCANNER	202.106	8.244	4,08%	Hojas
IMPRESIÓN	1.187.563	41.220	3,47%	Hojas
PAPELERÍA	82.340.355	29.843.280	36,24%	Pesos

Fuente: Autores del estudio

Para la papelería la capacidad utilizada se estableció tomando las 16.488 veces por \$1.810.00 que es el valor promedio de consumo, según los datos de la encuesta.

3.2 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. La empresa se localizará en el departamento de Santander, en el municipio de Girón, exactamente en el sector el carrizal debido a que este lugar se detectó la oportunidad de negocio.

3.2.2 Micro localización. Teniendo en cuenta la proyección como empresa, se ha seleccionado ubicaciones centrales que cumplan con las características necesarias para desarrollar la actividad. Para este análisis de tendrán en cuenta tres zonas:

Zona 1: PARQUE PRINCIPAL DEL SECTOR CARRIZAL DE GIRÓN SANTANDER

Zona 2: ENTRADA DEL SECTOR EL CARRIZAL DE GIRÓN SANTANDER

Zona 3: EN MEDIO DE LOS CUATRO BARRIOS (Mirador del Carrizal, Altos de Carrizal, San Antonio de Carrizal, Carrizal Campestre).

En general se visualizan factores indispensables, a los que en su totalidad se le asignarán 500 puntos, que dependen del lugar de localización del proyecto, dentro de las cuales se pueden destacar:

- Flujo vial
- Punto estratégico
- Costo y disponibilidad de Terrenos
- Seguridad

Tabla 42. Ponderación del estudio de micro localización

FACTORES	FACTORES	PUNTAJE		PONDERACIÓN
F1	FLUJO VIAL			20%
	Grado 1: Malo	20		
	Grado 2: Bueno	60		
	Grado 3: Excelente	100	100	20% 500 puntos
F2	PUNTO ESTRATÉGICO			30%
	Grado 1: Excelente	30		
	Grado 2: Bueno	90		
	Grado 3: Regular	150	150	30% 500 puntos
F3	COSTO Y DISPONIBILIDAD DE TERRENOS			20%
	Grado 1: Muy costoso	20		
	Grado 2: Costoso	60		
	Grado 3: Poco costoso	100	100	20% 500 puntos
F4	SEGURIDAD			30%
	Grado 1: Seguro	30		
	Grado 2: Normal	90		
	Grado 3: Un poco peligroso	150	150	30% 500 puntos

Fuente: Estudio Técnico de micro localización realizado por las estudiantes.

Tabla 43. Determinación de la ubicación

FACTOR	UBICACIÓN 1		UBICACIÓN 2		UBICACIÓN 3	
	GRADO	PUNTO	GRADO	PUNTO	GRADO	PUNTO
1	3	100	2	60	2	60
2	2	90	2	90	1	30
3	2	60	2	60	3	100
4	2	90	1	90	2	90
TOTALES		340		300		280

Fuente: estudio Técnico de Macro localización realizado por las estudiantes.

De acuerdo con la aplicación del método de puntos que se visualiza anteriormente se puede observar que el sitio de mayor viabilidad es la ubicación en la Zona 1.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha Técnica del producto

Tabla 44. Ficha técnica del producto ¹⁸

Producto Principal	SERVICIO DE INTERNET
Diseño	El servicio se va a prestar junto con otros servicios de comunicación, copiado y papelería el cual estará ubicado en el sector el carrizal de Girón. Habrá disponibilidad al público para la navegación módulos individuales; cada uno de ellos con el hardware y multimedia respectivo.
Especificaciones Técnicas	Se debe diseñar el cableado estructurado ¹⁷ para los puestos que sean necesarios; se utilizara cable UTP Categoría 6, y de marca reconocida. Se deberá tener en cuenta que los patch cords utilizados para datos deberá ser de color diferente al de telefonía. Los cables deben ser colocados en forma ordenada sobre las bandejas de distribución de cables. Para llegar hasta los puestos de trabajo se usarán los ductos cable canal estructurado hasta el punto de conexión final. Cada puesto estará conectado a una caja con artefacto tipo faceplate (para datos y

¹⁸ www.elprimsa.com/apuntes/ingenieria_de_sistemas/cableadoestructurado/default2.asp

	<p>telefonía), de con al menos dos puntos. Para el caso de ductos en los puestos de trabajo se debe contemplar dejar como reserva un porcentaje de llenado a fin de hacer posibles futuras ampliaciones.</p> <p>El Hardware necesario tiene las siguientes características: Procesador intel Pentium 4 de 3.40 GHZ , un giga de memoria Ram, un disco mínimo de 80 gigas, 4 puertos USB, tarjeta de red, teclado multimedia, Mouse óptico, monitor de 1.024x768 de resolución con pantalla LCD, quemador de CD y DVD, cada equipo debe contar con cámara Web, diadema para sonido; igualmente debe tener una impresora láser en red y una impresora de inyección de tinta para impresiones a color y fotografías también en red y un escáner.</p> <p>El Software los equipos deben contar con Windows XP o superior, office XP o superior, Winzip y Winrar, MSN Messenger, yahoo Messenger, reproductor de Windows Multimedia, macromedia flash (mejora la imagen y el video), un antivirus actualizado en línea, Internet Explorer 7 o superior y un software tarifador; todo el software con sus respectivas licencias.</p>
Vida Útil	<p>Por tratarse de un servicio, la existencia de este finalizará en el momento que se decida terminar con el funcionamiento del centro Integral de Comunicación, Copiado y papelería.</p>

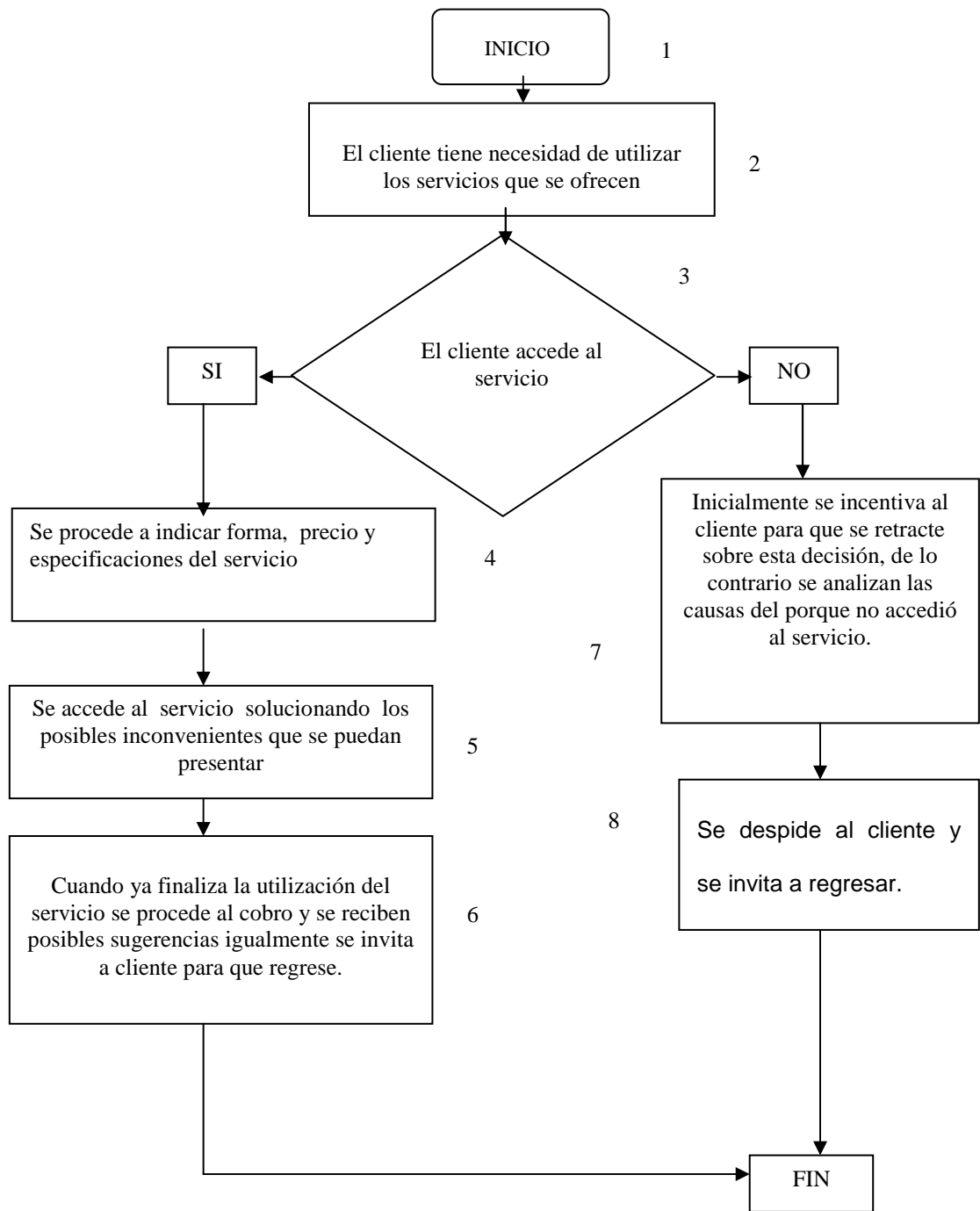
Fuente: Autores del estudio

3.3.2 Descripción técnica del proceso

- **Proceso de prestación del servicio.** La cadena para la prestación del servicio inicia cuando el usuario requiere cualquiera de los servicios que el centro ofrece. Al ingresar lo atiende el auxiliar de turno. Si por algún motivo el usuario decide ausentarse, sin utilizar ningún servicio, allí finaliza el proceso; pero si por el contrario decide utilizarlo inmediatamente se procede a facilitarle el acceso bien sea el uso del Internet, alquiler de computador, envío de hoja por fax, fotocopia, impresión, llamadas o escáner. En el desarrollo del proceso pueden presentarse varios inconvenientes y, dado el caso, el auxiliar está en la obligación de ayudar a solucionar, bien sea mediante asesoría directa con el usuario si se trata de un inconveniente con éste; Si el problema es técnico, remediarlo mediante el procedimiento correspondiente.

Finalmente, cuando ya se ha utilizado el servicio y el cliente ha quedado satisfecho se procede al cobro y se sugiere dar alguna opinión sobre éste en pro de mejorar cada día.

Figura 24. Descripción técnica del proceso

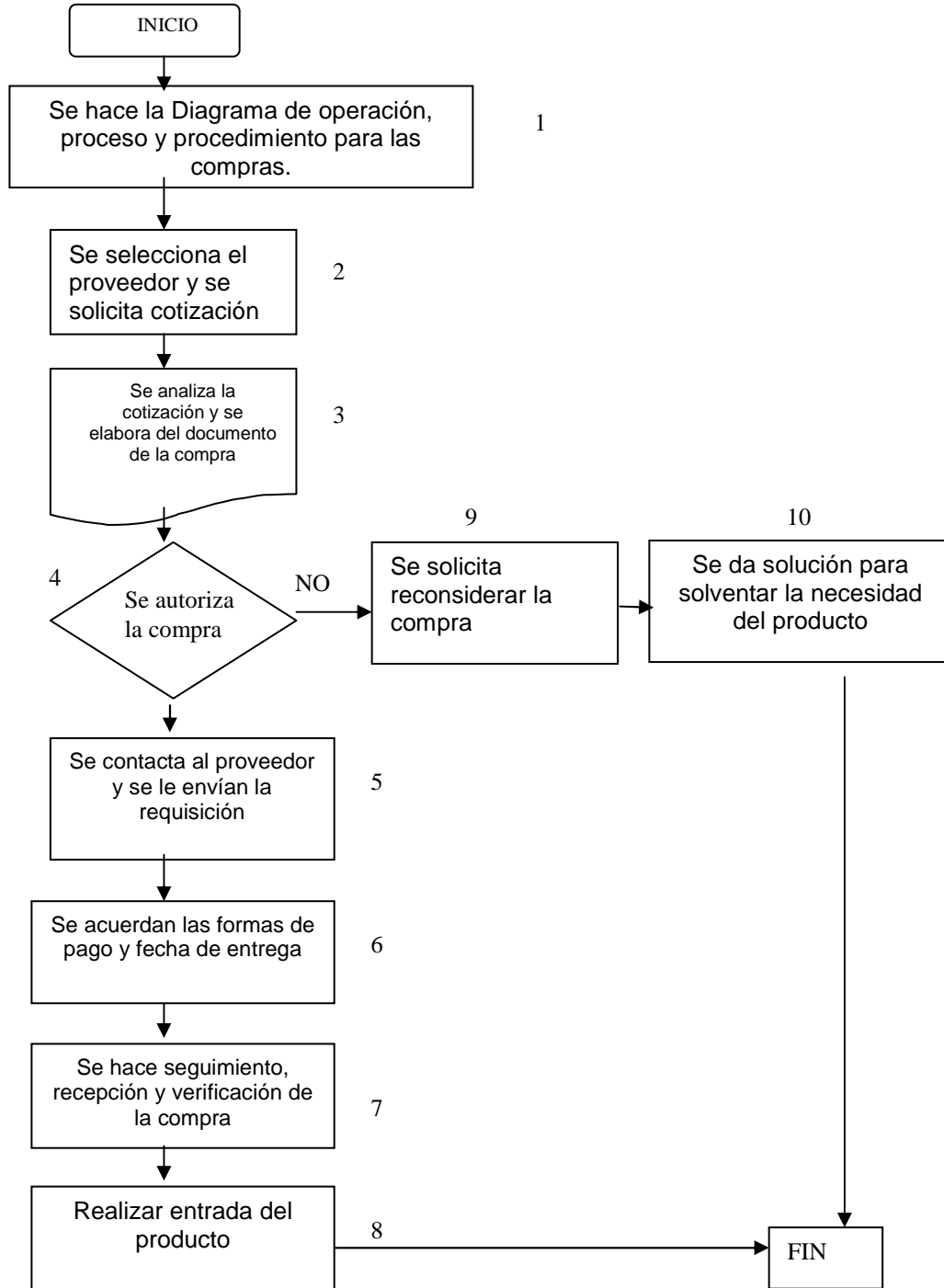


Fuente: Autores del estudio

- **Proceso de compras.** El principal objetivo es abastecer repuestos, suministros, activos y servicios de manera oportuna y conforme, con precios y condiciones favorables para la compañía.
 1. El proceso inicia con identificar las necesidades de compra
 - Consolidar, priorizar y programar
 2. Seleccionar el proveedor
 - Solicitar cotización en caso de ser requerida
 3. Analizar cotización y seleccionar la mejor opción.
 - Elaborar documento de compras, especificando el producto, servicio a comprar y condiciones de negociación y enviar requisición
 4. Aprobar documento de compra a través de firma del documento
 5. Enviar orden de compra
 6. Se acuerda la forma de pago y fecha de entrega
 7. Recepción y verificación de la compra para que el artículo cumpla con las condiciones requeridas.
 8. Realizar entrada al sistema de la organización. Fin del proceso
 9. Cuando la autorización de compra ha sido negada se procede a reconsiderar la decisión bien sea planteando argumento o presentando mejores opciones
 10. Se busca solución. Fin del proceso

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento para las compras.

Figura 25. Diagrama de operación, proceso y procedimiento para las compras



Fuente: Autores del estudio

3.3.4 Control de calidad. La calidad del servicio será responsabilidad directa del Administrador pero cada uno de los integrantes de la empresa, serán igualmente colaboradores y facilitadores. El nivel de calidad del servicio será medido mediante la opinión del usuario la cual podrá depositar en el buzón de sugerencias instalado en el sitio donde recibe el servicio. Otra medida establecida, para determinar la satisfacción del cliente, es a través de un cuestionario mensual que se aplicará a los usuarios en el cual se evaluará:

- Satisfacción de los precios y de los servicios
- Adecuada atención y asesoría
- Deseo de volver
- Sugerencias.

3.3.5 Recursos. Teniendo en cuenta el objeto social, se estima la necesidad de contar con recurso humano, físico e insumos.

- **Recurso humano.** Para el desarrollo de las diferentes actividades, procesos y tareas que se requieren, se tendrá disponibilidad del siguiente personal:
 - Administrador
 - Auxiliar Técnico: Realiza funciones de técnico en mantenimiento de computadores y demás equipos electrónicos de la empresa; además de brindar atención al cliente en el turno comprendido de 7 a.m. a 2 p.m.
 - Secretaria: Realiza funciones de secretaria y auxiliar contable además de brindar atención al cliente en el turno comprendido de 2 p.m. a 9 p.m.

El recurso humano, con que contará la empresa, tendrá las condiciones y herramientas necesarias para prestar el servicio y cumplir con cada una de sus funciones.

- **Recurso físico.** Gran parte del recurso físico de la organización se utiliza en la prestación del servicio, pero además se requieren herramientas de trabajo y otros muebles y equipos de oficina.

Maquinaria, equipos y software necesarios para la prestación del servicio.

- 10 estaciones de computador equipados para prestar el servicio de Internet y alquiler de computador
- 1 fax
- 1 fotocopidora
- 1 scanner
- 1 impresora Mult. Funcional
- 5 teléfonos con servicio a cualquier destino
- Inventario de papelería de acuerdo a la información de la encuesta.
- Sistema de seguridad electrónica

Muebles y Equipos de Oficina entre Otros

- 1 Software para manejar el sistema de minutos y consumo de horas de Internet
- 1 escritorio con silla para el Gerente
- 1 Escritorio de 2 gavetas con silla para los auxiliares. Solo habrá un escritorio porque los auxiliares van a estar en horarios diferentes, es decir, no van a laborar en el mismo lapso de tiempo, por lo tanto se deberá compartir el sitio de trabajo.
- 1 Cafetera
- 1 Filtro
- 1 Aire Acondicionado
- 1 Cartelera informativa
- 1 Archivador

- 3 Papeleras
 - 1 Botiquín
 - 1 Calculadora
 - 1 Extintor
- **Recurso de insumos.** Los insumos generales para el funcionamiento y prestación de los servicios de la Centro serán:
 - Tonner
 - Hojas
 - Papelería General para uso de las actividades de la empresa
 - Utensilios de aseo y cafetería (jabón detergente, jabón de manos, liquido, ambientador, límpido, Barsol, Bolsas de aseo, Sobres de azúcar, Cajas de aromáticas, café)

3.3.6 Estudio de proveedores. Se debe establecer el procedimiento para seleccionar y evaluar a los proveedores, de los cuales adquirimos bienes y servicios, con base en su capacidad para cumplir los requisitos exigidos por la compañía respecto a parámetros de calidad, servicio, oportunidad y cumplimiento.

Para seleccionar un proveedor, este debe obtener como mínimo 60% de calificación en la evaluación; esto se realiza llamando, mínimo, a un contacto con que el evaluado haya tenido negociaciones; éste será quien determine la calificación de los diferentes criterios; la escala aplicada es 1 para la calificación mínima y 5 para la calificación máxima. Los pesos relativos de los criterios de evaluación son los siguientes:

CALIDAD:	30%
CUMPLIMIENTO EN CANTIDAD:	20%
OPORTUNIDAD EN ENTREGA:	30%

SERVICIO:

20%

Para asegurar la calidad de los productos, la empresa evaluará periódicamente a sus proveedores teniendo en cuenta las siguientes directrices:

- Frecuencia
- Calidad
- Cumplimiento en cantidad
- Oportunidad de entrega
- Servicio

Debe estar legalmente constituido.

Para los diferentes servicios se seleccionó mediante un análisis exhaustivo el proveedor que mejores garantías ofrece sin olvidar los parámetros reglamentados por la empresa para estos.

Con relación a los equipos tecnológicos como el fax, scanner, computadores y impresora, en el mercado existe cantidad de proveedores, de los cuales se tomaron varias cotizaciones y de acuerdo a la marca, precio, garantías y servicio se seleccionó un único proveedor, que se diferencia de los demás cotizantes por ofrecer asistencia técnica calificada para los equipos a menor costo que el que se ofrece en el mercado.

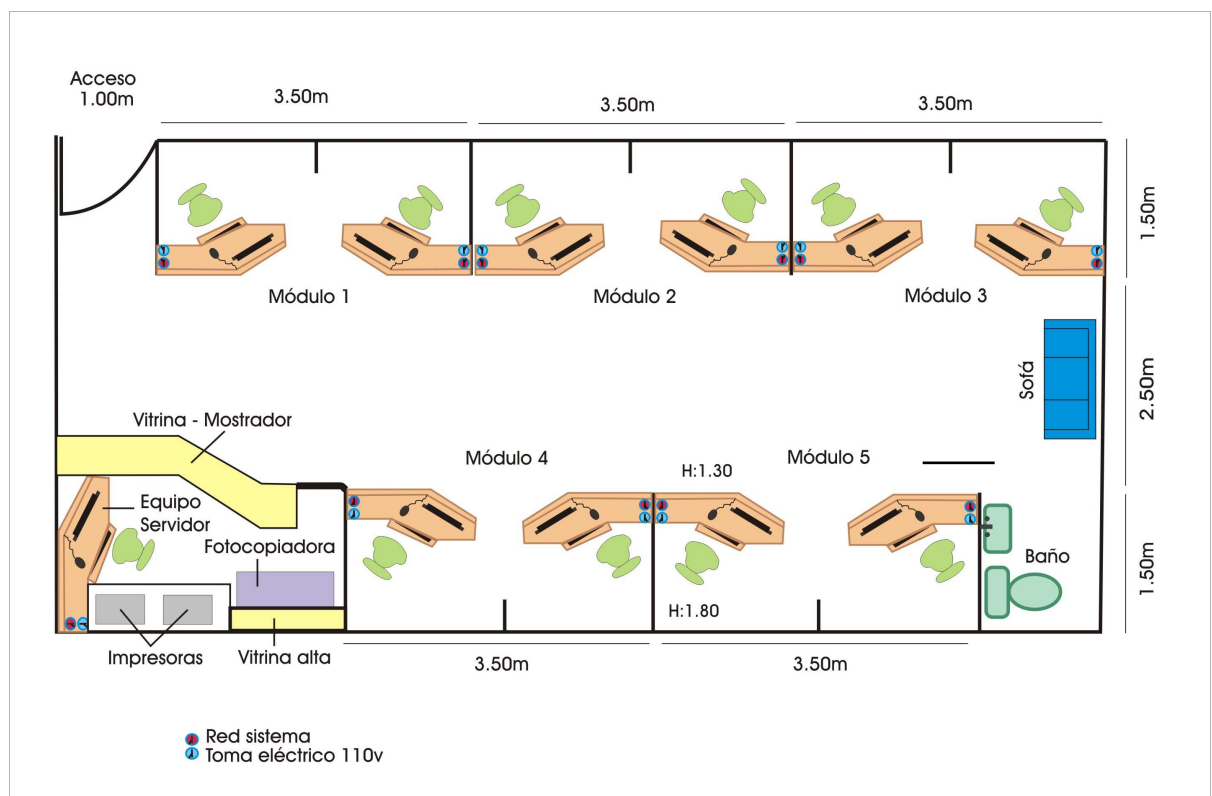
Con relación a la fotocopidora que es una herramienta que inicialmente no se adquiere sino se alquila, se seleccionó un proveedor que se encargará de hacer el mantenimiento al equipo las veces que sea necesario, además a diferencia de otros proveedores no hay necesidad de pactar un periodo de tiempo determinado en el contrato de alquiler.

Con relación al servicio de Internet se contrata con Telebucaramanga; ofrece un plan conveniente para nuestro negocio y además teniendo en cuenta que existen nuevas opciones con relación a este servicio como Internet inalámbrico, no aplica para el sector ya que presenta inconvenientes con estas tecnologías.

Con relación al servicio de telefonía se cotizaron los diferentes planes que ofrecen los operadores Comcel y Movistar y se determinó adquirir planes a través de los dos proveedores; no hubo necesidad de contratar el servicio con Hola pues Movistar ofrece la facilidad de llamadas a cualquier operador.

3.3.7 Distribución de la Planta

Figura 26. Distribución de la planta



Fuente: Autores del estudio

Logística de distribución. La distribución del local está comprendida en un área total aproximada de 57.75 m² distribuida de la siguiente manera:

- Acceso al local 1m
- A la izquierda 3 módulos dobles para 6 puestos de trabajo, cada uno con un área de 2.6m², diseñados para brindar privacidad al usuario.
- Corredor al medio
- A la derecha 3 m² para el área del administrador, equipo servidor, impresora, fax, vitrina alta para papelería y vitrina mostrador para papelería. 2 módulos dobles para 4 puestos de trabajo, cada uno con un área de trabajo de 2.6m² y un baño con un área de 2.25 m².
- Al fondo 2.5 m para ubicar un sofá de espera o un escritorio.
- Adicionalmente cuenta con puntos de de red eléctrica el cableado estructurado y aire acondicionado.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Como se observa en el estudio técnico realizado¹⁹, el tamaño del proyecto está diseñado para atender a los usuarios en un ambiente de comodidad y tecnología, lo que permitirá cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha.

Los equipos de cómputo están a la vanguardia de la tecnología, al igual que los demás equipos que se utilizan en el desarrollo del objeto social.

Se cuenta con el soporte técnico permanente de Telebucaramanga, en lo que respecta a la señal de internet, debido a que se adquiere un plan que ofrece este servicio complementario; esto sumado a un adecuado mantenimiento preventivo asegura la viabilidad tecnológica del proyecto.

¹⁹ Numerales 3.1

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En toda organización internamente debe existir una estructura que se convierte en la base fundamental sobre la que giran las diferentes acciones, metas y decisiones que en ella se tomen; estudio administrativo va encaminado a determinar la constitución legal de la empresa, su estructura organizacional, misión, visión, políticas, valores, entre otros aspectos.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.1.1 Clase de Empresa. Es necesario crear una clase de sociedad en la cual sea posible el aporte de más de una persona y completar la cuantía necesaria para iniciar. Por investigaciones e información recolectada de los entes encargados del tema se llegó a la conclusión que la mejor opción es la sociedad limitada; dada uno de los socios responde hasta por el valor de su aporte, pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.

La empresa debe tener una razón social seguida de la palabra Ltda., es decir su razón social sería CICOP LTDA y su capital treinta y cuatro millones trescientos cincuenta y cinco mil trescientos cincuenta pesos (\$34.355.350), debe estar de acuerdo al número de socios, en este caso teniendo en cuenta que la Junta de Socios estará conformada por dos accionistas; el valor corresponde a diecisiete millones ciento setenta y siete mil seiscientos setenta y cinco pesos (\$17.177.675),

que debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo.

La representación legal de la sociedad y la administración de la empresa estará delegada a una persona ajena a la compañía estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones y debidamente supervisada por la junta de socios.

4.1.2 Trámites de Constitución. Por ser una sociedad con responsabilidad limitada debe estar constituida por escritura pública la cual debe contener:

- Nombre comercial, datos de los socios, domicilio social, Término de duración, objeto social, capital social, forma de pago de los aportes de los socios, forma de administración de la sociedad, cargos, causales de disolución, forma de distribución de las utilidades, cláusula compromisoria.
- Debe matricularse: Verificar que la razón social no este registrada anteriormente, diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial y el anexo DIAN, diligenciar la inscripción al RUT ante la DIAN, todos los documentos firmados por el representante legal y posteriormente presentarlos ante la Cámara de Comercio y aproximadamente el costo de la matricula oscila entre los 450.000 y 550.000 teniendo en cuenta el capital
- Obtener el NIT.
- Se debe solicitar el registro de los libros para su funcionamiento (actas, accionistas) y contabilidad (mayor y balances, diario, inventarios).
- Solicitud de autorización de numeración para facturación.
- Registrarse como responsable del impuesto de renta
- Registrarse como responsable del IVA
- Tramitar el registro de Industria y Comercio.
- Inscripción al sistema Nacional de Bomberos.
- Obtener el certificado de SAYCO Y ACINPRO.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión. En el año 2010 seremos un Centro Integral de Servicios con cobertura total del mercado objetivo en el sector el Carrizal de Girón, ofreciendo servicios cada vez acordes al avance de la tecnología y a las necesidades de nuestros clientes.

4.2.2 Misión

CICOP es un centro Integrado de comunicación, copiado y papelería que brinda a la comunidad del sector el carrizal y en general a los habitantes de Girón servicios y productos de calidad y con fácil acceso; además ofrece soporte técnico para que nuestros clientes sientan acompañamiento en el momento de realizar sus actividades educativas, laborales o personales.

4.2.3 Objetivos

- Posicionar la buena imagen de la compañía en la mente del consumidor a fin de lograr el cumplimiento de los objetivos a largo plazo de expandirse en la localidad.
- Establecer precios acordes al mercado y de fácil acceso a la comunidad objetivo, teniendo en cuenta que genere la rentabilidad esperada por la organización.
- Disponer de herramientas y proveedores altamente seleccionados y calificados con el fin de brindar un servicio de excelente calidad y así ganar la confianza y preferencia del cliente.
- Facilitar al cliente el servicio requerido en el momento oportuno supliendo la necesidad para la cual acude a nuestra organización.
- Atender las diferentes necesidades del mercado con el fin de cubrir el mayor número posible en un mismo sitio.

4.2.4 Políticas

- **PROCESO**

- El diseño del servicio se establecerá de acuerdo a los requerimientos arrojados en el estudio de mercado.
- Los pasos del proceso se diseñaran teniendo en cuenta los diferentes clientes: niños, jóvenes, estudiantes, ama de casa, empleados etc.
- El desarrollo del servicio, siempre tendrá como objetivo principal el usuario.
- El personal que acompaña la operación será capacitado y preparado para resolver cualquier inconveniente que se presente en el desarrollo del mismo.

- **CALIDAD**

- La tecnología del proceso será superior a la que dispone el mercado del sector, a fin de satisfacerlas necesidades del cliente
- El personal operativo, que tiene directo contacto con el cliente, debe estar en capacidad de ofrecer asesoría oportuna y efectiva en el momento en el que el usuario así lo requiera.
- Los elementos utilizados para la prestación del servicio serán de óptima calidad y con las características requeridas.
- La organización debe implementar y trabajar con tecnologías que facilite y haga más eficiente la prestación de los servicios.

- **CAPACIDAD**

- Las instalaciones donde se prestarán los servicios estarán distribuidas, de tal manera que, el usuario sienta privacidad, comodidad y tranquilidad.
- La organización estará ubicada en un lugar estratégico del sector a fin de que la comunidad objetivo tenga fácil acceso.

- **INVENTARIO**

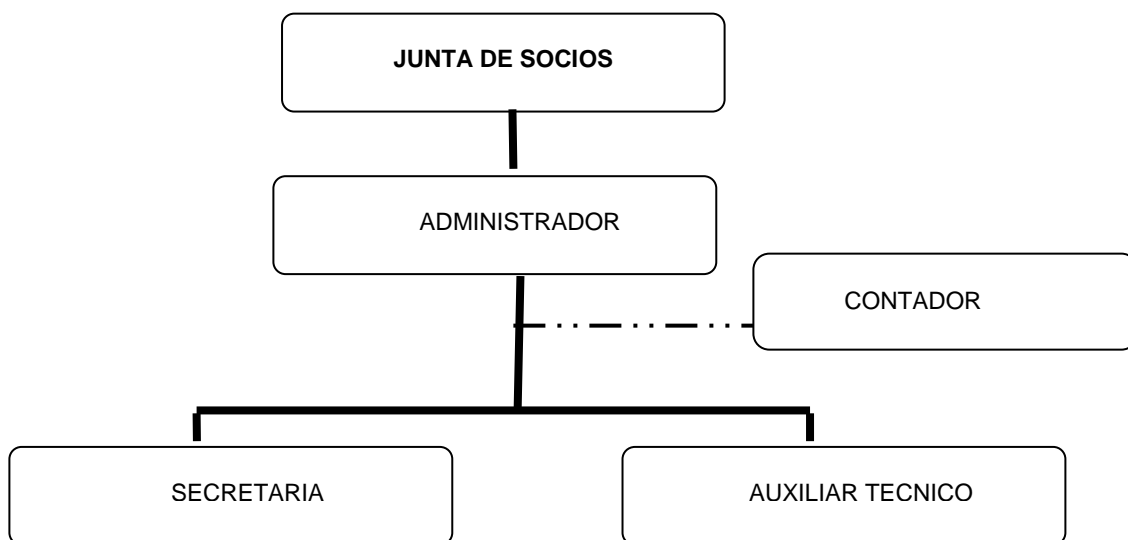
- La cantidad de herramientas disponibles para prestar los servicios al usuario se determina de acuerdo al mercado objetivo.
- El sistema será controlado a través de un programa sistematizado en donde se llevará el registro de las diferentes operaciones diarias de la organización

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional se desarrollará en forma vertical porque gira de arriba hacia abajo, demostrando la importancia jerárquica y denominación tal como se demuestra en el siguiente organigrama

4.3.1 Organigrama

Figura 26. Organigrama



Fuente: Autores del estudio

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de requisitos y tareas que desarrolla cada empleado en sus actividades cotidianas; se elaboró técnicamente basado en los respectivos procedimientos, normas, conocimientos y prácticas que conlleven a la empresa a ser competitivos, por lo tanto se debe establecer una dirección única, competente y rigurosa, con el objetivo de coordinar todos los esfuerzos a un objetivo común.

CENTRO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN COPIADO Y PAPELERÍA	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO: ADMINISTRADOR	ÁREA: ADMINISTRATIVA
DIVISIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO JUNTA DE SOCIOS
SUPERVISA A: TODO EL PERSONAL	NUMERO DE CARGOS IGUALES: NINGUNO
REQUISITOS: Formación Universitaria en Gestión Empresarial o Administración de Empresas. Experiencia en cargos similares: dos años.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Planear, organizar, ejecutar, controlar y dirigir todas las acciones y procesos de la organización en pro del crecimiento y permanencia del Centro.	
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente la empresa. • Controlar, organizar y administrar de manera eficaz y eficiente el recurso financiero. • Nombrar, remover, suspender y supervisar las funciones asignadas al personal. • Atender a las personas ajenas a la compañía que lo requieran • Rendir informes ante la junta de socios sobre el estado de la empresa. • Supervisar el manejo, mantenimiento y actualización de las herramientas y equipos de la organización. • Hacer cumplir el reglamento de trabajo. 	

CENTRO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN COPIADO Y PAPELERÍA	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR	ÁREA: ADMINISTRATIVA
DIVISIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO ADMINISTRADOR
SUPERVISA A: N/A	NUMERO DE CARGOS IGUALES: NINGUNO
REQUISITOS: Formación Universitaria en Contaduría. Experiencia en cargos similares: un año.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Suministrar las informaciones financieras y contables fiables y oportunas para la toma de decisiones.	
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Debe suministrar de manera clara todas las informaciones de relevancias importantes a la administración. • Pago de nómina y prestaciones sociales a los empleados de la organización. • Las aperturas de los libros de contabilidad. • Estudios de estados financieros y sus análisis. • Certificación de planillas para pago de impuestos. • Aplicación de beneficios y reportes de dividendos. • La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones. 	

CENTRO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN COPIADO Y PAPELERÍA	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA	ÁREA: OPERATIVA
DIVISIÓN: OPERATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO GERENTE
SUPERVISA A: N/A	NUMERO DE CARGOS IGUALES: 1– UNO -
REQUISITOS: Secretaria auxiliar contable con conocimientos en sistemas. Experiencia mínima 1 año en cargo similares.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Dar soporte a las tareas administrativas y atender al público.	
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Dar asesoría sobre las inquietudes e inconvenientes de los clientes • Atender al público personal y telefónicamente en uno de los turnos asignados • Elaborar informes y demás documentos solicitados por los usuarios o que se requieran en el funcionamiento de la organización. • Colaborar al contador con los asuntos contables y financieros de la empresa. • Procurar la conservación y custodia de los objetos, maquinas y herramientas puestas a su disposición por la empresa. 	

CENTRO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN COPIADO Y PAPELERÍA	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR TÉCNICO	ÁREA: OPERATIVA
DIVISIÓN: OPERATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO GERENTE
SUPERVISA A: N/A	NUMERO DE CARGOS IGUALES: 1– UNO -
REQUISITOS: Técnico en mantenimiento computadores y demás equipos electrónicos con amplios conocimientos en sistemas. Experiencia mínima 1 año en cargos similares.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Elaborar, coordinar y supervisar el programa de operación, mantenimiento Preventivo, correctivo y conservación de los diferentes equipos de la empresa	
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Dar asesoría sobre las inquietudes e inconvenientes de los clientes • Atender al público personal y telefónicamente en uno de los turnos asignados. • Supervisar el funcionamiento de los objetos, maquinas y herramientas puesta a disposición por la empresa para desarrollar el objeto social. • Hacer el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos que se utilizan en la prestación del servicio. • Mantener los equipos actualizados de acuerdo a los avances tecnológicos. 	

4.3.3 Asignación salarial. Al empezar a estudiar la estructura salarial del Centro Integral de Comunicación, Copiado y papelería, es importante para la efectiva administración de sueldos y salarios, tener muy clara la descripción de cada uno de los puestos de trabajo y los procesos más importantes.

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 asignará de acuerdo con lo establecido por el gobierno un salario mínimo o un valor mayor si se considera necesario.

La remuneración para los empleados será así:

Administrador	\$ 750.000 mensual
Contador	\$ 500.000 mensual, (será contratado por prestación de servicios)
Secretaria	\$ 500.000 mensual
Auxiliar Técnico	\$ 500.000 mensual

Los conceptos que componen el sueldo son:

Asignación básica salarial

Auxilio de transporte

Cesantías = 8.33% mensual

Intereses sobre cesantías = 1% mensual

Prima legal = 8.33% mensual

Vacaciones = 4.16% mensual

Aportes en salud = 8%

Aportes en pensión = 10.125%

Riesgos profesionales = 1.5%

Dotación = 7%

Aportes parafiscales:

Caja de compensación familiar = 4%

ICBF = 3%

SENA = 2%

El personal que conforma la nómina de la compañía será contratado inicialmente a seis meses, mediante un contrato laboral directo y de acuerdo a su desempeño se hará prorroga del mismo; el contador será contratado por prestación de servicios mientras la organización considere necesario prescindir de ellos.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN

5.1.1 Inversión Fija. La inversión fija requerida para el montaje de la nueva empresa comprende terrenos, construcciones y adecuaciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, y equipo de oficina.

- Terreno. Por tratarse de un local arrendado, no se requiere inversiones en este rubro. El monto mensual de arrendamiento asciende a \$315.000.00

Tabla 45. Inversión en arrendamientos para la prestación de servicios

Arriendo Local	Valor/ mes	Valor año
Arriendo local	\$ 315.000,00	\$ 3.780.000,00

Fuente: Autores del estudio

- **Construcciones y adecuaciones.** Para la adecuación del local se requiere la instalación del cableado estructurado de datos y energía para 11 computadores, 1 impresora, 1 scanner, 1 fax, además configuración en red, instalación a través de switch + router con tomas individuales para datos y energía. Costo que incluye mano de obra y materiales **\$1.740.000.00**

Tabla 46. Inversión en construcciones

Construcciones y adecuaciones	valor
Adecuación local	\$1.740.000.00

Fuente: Autores del estudio

- **Maquinaria y Equipo.** Comprende los equipos necesarios para la prestación de los servicios:

Tabla 47. Maquinaria y equipo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
10	Computadores	\$ 1.230.000	\$12.300.000
1	Fax	\$ 279.000	\$ 279.000
1	Scanner	\$ 179.900	\$ 179.900
1	Impresora	\$ 175.000	\$ 175.000
1	Sistema de seguridad electrónica	\$ 270.000	\$ 270.000
	TOTAL		\$13.203.900

Fuente: Autores del estudio

Los teléfonos que se utilizarán para el servicio de telefonía, están incluidos dentro del plan postpago que se tomará.

- **Muebles y enseres**

Tabla 48. Muebles y enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
1	Escritorio con silla para el administrador	\$182.000,00	\$182.000
1	Escritorio con silla para secretaria y auxiliar técnico	\$182.000,00	\$182.000
1	Cafetera	\$205.000,00	\$205.000
10	Pocillos con el logo de la empresa	\$20.000,00	\$200.000
1	Filtro purificador	\$300.000,00	\$300.000
1	Aire acondicionado	\$1.879.200,00	\$1.879.200

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
1	Cartelera informativa	\$145.000,00	\$145.000
1	Archivador	\$280.000,00	\$280.000
3	Papeleras	\$8.000,00	\$24.000
1	Extintor	\$80.000,00	\$80.000
1	Botiquín	\$35.000,00	\$35.000
1	Estantes	\$185.000,00	\$185.000
2	Muebles de espera	\$100.000,00	\$200.000
14	sillas	\$74.000,00	\$1.036.000
1	Reloj de pared	\$30.000,00	\$30.000
	TOTAL	\$3.705.200	\$4.963.200

Fuente: Autores del estudio

- Equipo de Oficina

Tabla 49. Equipo de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
1	Servidor (Computador)	\$1.230.000	\$1.230.000
1	Software con licencia tarifador	\$380.000	\$380.000
1	Teléfono fijo	\$80.000	\$80.000
1	Calculadora	\$50.000	\$50.000
	TOTAL		\$1.740.000

Fuente: Autores del estudio

Total Inversión Fija: La siguiente tabla resume las inversiones necesarias para el montaje de la empresa dedicada a la prestación de servicios de comunicación, copiado y papelería.

Tabla 50. Total inversión fija

INVERSIÓN FIJA	VALOR TOTAL
Construcciones y adecuaciones	\$1.740.000
Maquinaria y equipo	\$13.203.900
Muebles y enseres	\$4.963.200
Equipo de oficina	\$1.740.000
TOTAL	\$21.647.100

Fuente: Autores del estudio

Las inversiones se proyectaron de acuerdo con las necesidades existentes para la puesta en marcha de la nueva empresa. Se requiere realizar una inversión a los cinco años debido a la sustitución de los equipos de oficina y de las herramientas deterioradas.

5.1.2 Inversión diferida. La inversión diferida, abarca todos los gastos preoperativos realizados para el montaje de la nueva empresa, es decir, el estudio de factibilidad, actos de legalización de la sociedad, gastos de prueba y ajustes antes de la puesta en marcha, inducciones y capacitación y publicidad del lanzamiento.

Tabla 51. Inversión diferida

DESCRIPCIÓN	AÑO CERO
Estudio de factibilidad	\$ 2.000.000
Legalización de la sociedad	\$ 792.000
Publicidad y promoción	\$ 1.045.000
Lanzamiento de la empresa	\$ 1.280.000
Inducciones y capacitaciones	\$ 250.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 5.367.000

Fuente: Autores del estudio

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Esta inversión corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Este es el proceso que iniciará con el primer desembolso para cancelar insumos de la operación y finalizará cuando los insumos transformados en productos y/o servicios terminados sean vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

Su especificación en conceptos y valores se determinarán teniendo en cuenta los egresos que se presentan a continuación.²⁰

- **Costos de producción.** En la prestación de los servicios se incurre en costos de materias primas, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.
- **Materias Primas.** Se calculan teniendo en cuenta los requerimientos de materiales necesarios para la prestación de cada servicio.

²⁰ Camacho, Pico Jaime Humberto. Costos para la Gerencia. Primera Edición Diciembre de 1993, publicaciones UIS

Tabla 52. Materias Primas para los servicios

PRODUCTO	Materia Prima	costo Unitario	Capacidad Utilizada año	valor /año	valor / mes
FAX	Hojas	\$ 16,00			
	Tonner	\$ 250,00			
	Sub Total	\$ 266,00	27.480	\$ 7.309.680	\$ 609.140
FOTOCOPIAS	Hojas	\$ 10,00			
	Tonner	\$ 10,00			
	Sub Total	\$ 20,00	82.440	\$ 1.648.800	\$ 137.400
INTERNET	Plan Café Premium	\$ 22,40	13.464	\$ 3.619.200	\$ 301.600
TELEFONÍA	5 planes ver cuadro c/t	\$ 64,01	94.032	\$ 6.019.200	\$ 501.600
ALQUILER DE COMPUTADOR	NO APLICA MATERIA PRIMA,				
SCANNER					
IMPRESIÓN	Hojas	\$ 16			
	Tonner	\$ 15			
	Sub Total	\$ 31	96.180	\$ 2.981.580	\$ 248.465
PAPELERÍA				\$ 9.237.684	\$ 769.807
TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 30.816.144,00	\$ 2.568.012,00

Fuente: Autores del estudio

- **Mano obra directa.** En el desarrollo del objeto social de la empresa interviene el recurso humano, el cual es encargado de la prestación de los servicios de forma eficiente, eficaz y que satisfaga las expectativas y necesidades de los usuarios. La empresa, dentro de su nómina, cuenta con personal calificado, con experiencia y preparado para cubrir los requerimientos que se necesiten. El valor del salario total que devengará cada trabajador, se calcula teniendo en cuenta los parámetros fiscales y legales para ello. En la tabla número 53 se pueden observar los cálculos correspondientes para cada caso.

Tabla 53. Mano de obra directa

CARGO	SALARIO MES	AUX TRANSP	SEG SOCIAL 19,625%	APORTES PARAFISCALES 9%	PRESTACIONES SOCIALES 21,82%	DOTACION 7%	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Administrador	\$700.000	\$55.000,00	\$137.375	\$ 63.000	\$ 152.740	\$49.000	\$1.108.115	\$13.346.380
Secretaria	\$500.000	\$55.000,00	\$98.125	\$ 45.000	\$ 109.100	\$35.000	\$807.225	\$9.721.700
Auxiliar Técnico	\$500.000	\$55.000,00	\$98.125	\$ 45.000	\$ 109.100	\$35.000	\$807.225	\$9.721.700
Total	\$1.700.000	\$165.000	\$333.625	\$ 153.000	\$ 370.940	\$119.000	\$2.722.565	\$32.789.780

Fuente: Autores del estudio

- **Costos indirectos de prestación del servicio.** Están compuestos por: servicios públicos, mantenimiento, seguros, arriendo. El valor de los costos indirectos de prestación del servicio es de: \$621.897 al mes. Como se refleja en la tabla número 54

Tabla 54. Costos indirectos de prestación del servicio

Servicios públicos	\$ 1.968.957	\$ 164.080
Mantenimiento de activos	\$ 1.584.468	\$ 132.039
Seguros de activos	\$ 129.339	\$ 10.778
Arriendo local	\$ 3.780.000	\$ 315.000
Total	\$ 7.462.764	\$ 621.897

Fuente: Autores del estudio

- **Total costos de prestación del servicio.** Se determina sumando los costos por concepto de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de prestación de servicios, para un total de \$4.810.192 al mes, como se refleja en la tabla 55.

Tabla 55. Costo total prestación de servicios

Total costos prestación de servicios	Valor año	Valor mes
Materia prima	\$30.816.144	\$ 2.568.012
Mano de obra directa - Secretaria Auxiliar-	\$19.443.400	\$ 1.620.283
Costos indirectos	\$7.462.764	\$ 621.897
Total	\$57.722.308	\$ 4.810.192

Fuente: Autores del estudio

- **Gastos de administración y ventas.** Dentro de los gastos de administración y ventas está la nómina de administración y ventas, la depreciación, amortización de diferidos y los gastos generales que están conformados por el servicios de mensajería (\$1.080.000), seguros de activos (\$129.339), arriendo (\$3.780.000), mantenimiento (\$1.584.468), gastos varios (\$1.320.000), Honorarios (\$3.000.000), publicidad (\$1.400.000). El valor correspondiente a gastos de administración y ventas es de \$2.531.057 al mes, como se relaciona en la tabla número 56

Tabla 56. Gastos de administración y ventas

Gastos de Administración	Valor año	Valor mes
Nomina - Administrador-	\$ 13.346.380	\$ 1.112.198
Depreciación	\$ 3.659.100	\$ 304.925
Amortización diferidos	\$ 1.073.400	\$ 89.450
Gastos Generales	\$ 12.293.807	\$ 1.024.484
Total Gastos Administración	\$ 30.372.687	\$ 2.531.057

Fuente: Autores del estudio

- **Capital de trabajo.** Para establecer el capital de trabajo con que debe contar la empresa para su operación normal en un mes, se suman los costos de prestación de servicios, los gastos administrativos y de ventas y los gastos

financieros. En el capital de trabajo no se incluye lo correspondiente a la depreciación, amortización ni carga prestacional de los empleados. El capital de trabajo requerido para el primer mes de actividades de la empresa es de: \$7.341.250. ver tabla número 57, por lo tanto se tienen en cuenta para calcular la inversión total.

Tabla 57. Capital de trabajo

Capital de trabajo	Valor año	Valor mes
Costos prestación de servicios	57.722.308	4.810.192
Gastos administración	30.372.687	2.531.057
Total	88.094.995	7.341.250

Fuente: Autores del estudio

5.1.4 Inversión total. La inversión que deben hacer los socios asciende a \$34.355.350.00, se obtiene sumando la inversión fija, la inversión diferida y la inversión de capital de trabajo para el primer mes de operación. Ver tabla 58

Tabla 58. Inversión total

Inversión total	Valor año	Valor mes
Inversión fija	21.647.100	1.803.925
Inversión diferida	5.367.000	447.250
Inversión para capital de trabajo		7.341.250
Sub. total Inversión sin capital de trabajo	27.014.100	9.592.425
Mas Capital de trabajo 1er mes	7.341.250	
Total inversión	34.355.350	

Fuente: Autores del estudio

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos fijos y variables. Los costos fijos son aquellos que se causan independientemente de la cantidad de los servicios prestados. Los costos variables son aquellos que se alteran al variar la cantidad de servicios prestados. Ver tablas 59 Costos fijos y variables y 60 Detalle

Tabla 59. Costos fijos y variables

Costos fijos	Mes	Año
Mano de obra -Nomina-	2.568.012	32.789.780
Depreciación	304.925	3.659.100
Amortización diferida	89.450	1.073.400
Gastos generales		12.293.807
Amortización diferidos		1.073.400
Servicios públicos (Cargo basi energía - total agua)	54.810	657.720
Gastos financieros	-	-
Publicidad permanente	50.000	600.000
Total Costos Fijos	3.199.236	52.147.207
Costos variables		
Servicio de energía	109.270	1.311.237
Costos materia prima	2.568.012	30.816.144
Total costos Variables	2.677.282	32.127.381
TOTAL COSTOS	5.876.518	84.274.588

Fuente: Autores del estudio

Tabla 60. Detalle costos fijos y costos variables

Costos Fijos por producto/ año	FAX	FOTOCOPIA	ALQUILER DE COMPUTADOR	Scanner	Impresora	Internet	Telefonía	Papelería	Total año
Mano de Obra -Nomina-	4.684.254	4.684.254	93.685	4.684.254	4.684.254	4.590.569	4.684.254	4.684.254	32.789.780
Depreciación maquinaria y equipo	62.550	6.750	55.950	42.730	41.750	2.417.550	6.750	6.750	2.640.780
Depreciación muebles y enseres	70.903	70.903	1.418	70.903	70.903	69.485	70.903	70.903	496.320
Depreciación Equipos de Oficina	24.857	24.857	497	24.857	24.857	24.360	24.857	24.857	174.000
Amortización diferida	153.343	153.343	3.067	153.343	153.343	150.276	153.343	153.343	1.073.400
Arriendo	540.000	540.000	10.800	540.000	540.000	529.200	540.000	540.000	3.780.000
Elementos de Aseo	153.343	153.343	3.067	153.343	153.343	150.276	153.343	153.343	1.073.400
Servicios Públicos (Cargo Basi Energía - total agua)	93.960	93.960	1.879	93.960	93.960	92.081	93.960	93.960	657.720
Seguros	32.335		647	32.335	32.335	31.688			129.339
Mantenimiento	316.894		6.338	316.894	316.894	310.556	316.894		1.584.468
Publicidad Permanente	85.714	85.714	1.714	85.714	85.714	84.000	85.714	85.714	600.000
Total Costos fijos por producto	6.218.153	5.813.124	179.062	6.198.333	6.197.353	8.450.041	6.130.018	5.813.124	44.999.207
Costos variables por unidad de producto	FAX	FOTOCOPIA	ALQUILER DE COMPUTADOR	Scanner	Impresora	Internet	Telefonía	Papelería	Total año
Costos materia prima	7.309.680	1.648.800			2.981.580	3.619.200	6.019.200	9.237.684	30.816.144
Servicio de Energía	65.562	65.562	18.357	65.562,00	65.562	899.508	65.562	65.562	1.311.237
Total costo variable por producto	7.375.242	1.714.362	18.357	65.562,00	3.047.142	4.518.708	6.084.762	9.303.246	32.127.381

Fuente: Autores del estudio

5.2.2 Costos totales unitarios. Se obtiene sumando los costos fijos y variables, correspondientes a cada producto. Tablas número 59 y 60.

Para obtener el costo fijo por unidad se toma el valor de los costos fijos al año por cada producto y se divide en el número de servicios al año, ver tabla número 40; de igual manera los costos variables se obtienen dividiendo los costos variables totales por producto en el número de servicios. Los valores de costos fijos y costos variables unitarios se suman para obtener el costo unitario por producto. (Ver tabla 61)

Tabla 61. Costos totales unitarios

PRODUCTO	costo fijos Unitarios	Costos variables unitarios	Costos totales unitarios	Unidad
FAX	226	268	495	Hojas
FOTOCOPIAS	71	21	91	Hojas
INTERNET	628	336	963	Horas (98%)
TELEFONÍA	65	65	130	minutos
ALQUILER DE COMPUTADOR	649	67	715	Horas (2%)
SCANNER	752	8	760	Hojas
IMPRESIÓN	150	74	224	Hojas
PAPELERÍA (costo Inventario - Artículos)	353	564	917	Inventario

Fuente: Autores del estudio

5.2.3 Precio de venta. Para calcular el precio de los servicios ofrecidos por el Centro Integral de Comunicaciones copiado y papelería, se calculó el precio promedio del mercado, con el fin de evitar precios desmedidos con respecto a la competencia.

Tabla 62. Precio de venta

PRODUCTO	PRECIO/PROMEDIO/MERCADO	PRECIO ESTABLECIDO
FAX -Hojas	\$ 979,00	\$ 950,00
FOTOCOPIAS - Hojas	\$ 67,00	\$ 100,00
INTERNET - Horas	\$ 973,00	\$ 1.000,00
TELEFONÍA - Minutos	\$ 199,00	\$ 150,00
ALQUILER DE COMPUTADOR - Horas	\$ 684,00	\$ 1.000,00
SCANNER - Hojas	\$ 460,00	\$ 500,00
IMPRESIÓN -hojas	\$ 124,00	\$ 200,00
PAPELERÍA	\$1.1861.00	\$ 1.810,00

Fuente: Autores del estudio

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos proyectados. Los egresos están representados por las erogaciones de dinero por concepto de costo de prestación de servicios, los gastos de administración y ventas y los gastos financieros proyectados a cinco años.

Tabla 63. Egresos proyectados

Egresos	Año1	Año2	Año 3	año 4	Año 5
Costo prestación del servicio	57.722.308	60.608.423	63.638.844	66.820.786	70.161.826
Gastos Administración y Ventas	30.372.687	31.654.696	33.000.806	34.414.221	35.898.308
Total Egresos	88.094.995	92.263.119	96.639.650	101.235.008	106.060.133

Fuente: Autores del estudio

5.3.2 Ingresos proyectados. Los ingresos comprenden las entradas de dinero por concepto de ventas por prestación de los servicios de Internet, telefonía, fotocopiado, impresión, escáner, alquiler de computador y papelería.

Tabla 64. Ingresos proyectados

PRODUCTO	año1	año2	año 3	año 4	año 5
FAX	26.106.000	27.411.300	28.781.865	30.220.958,25	31.732.006
FOTOCOPIAS	8.244.000	8.656.200	9.089.010	9.543.460,50	10.020.634
INTERNET	13.464.000	14.137.200	14.844.060	15.586.263,00	16.365.576
TELEFONÍA	14.104.800	14.810.040	15.550.542	16.328.069,10	17.144.473
ALQUILER DE COMPUTADOR	276.000	289.800	304.290	319.504,50	335.480
SCANNER	4.122.000	4.328.100	4.544.505	4.771.730,25	5.010.317
IMPRESIÓN	8.244.000	8.656.200	9.089.010	9.543.460,50	10.020.634
PAPELERÍA	29.843.280	31.335.444	32.902.216	34.547.327,01	36.274.693
TOTAL INGRESOS	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$ 120.860.773	\$ 126.903.812

Fuente: Autores del estudio

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por PUNTO DE EQUILIBRIO, aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

El PUNTO DE EQUILIBRIO se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera.....

Fórmula (2)

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

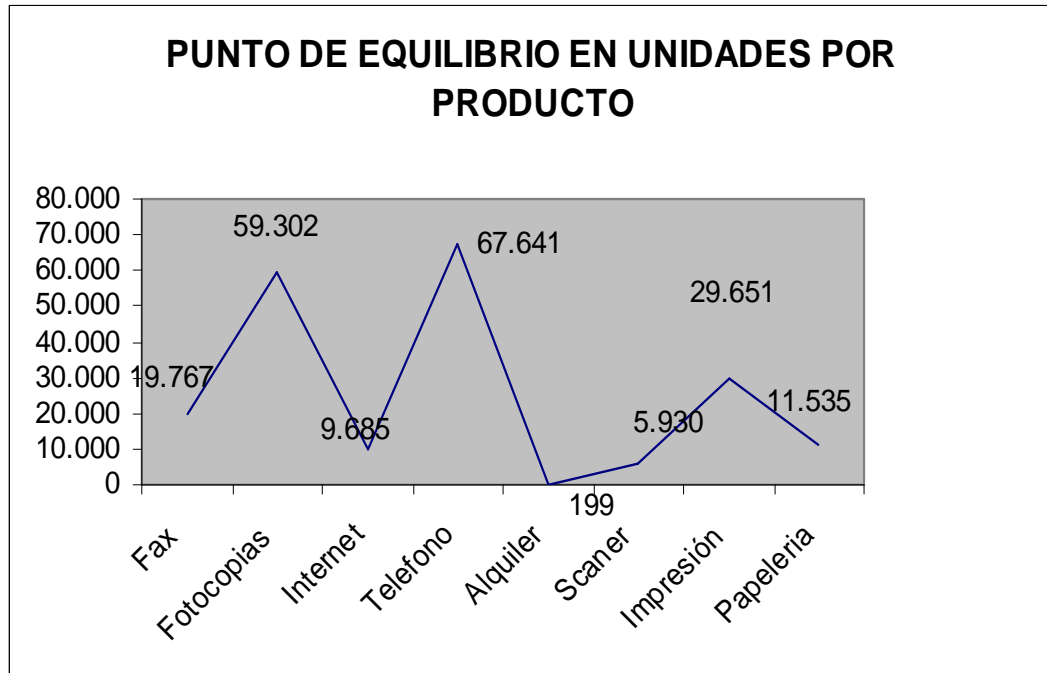
En este orden de ideas el punto de equilibrio ventas sería:

Tabla 65. Equilibrio del punto de venta

Producto	Ventas	Unidades	Peso por pdto	PV	Cvu	Mcu	Mcu Promedio	Unidades por producto	Pe por pdto
Fax	\$ 6.106.000,00	27.480	9,70%	\$ 950,00	\$ 268,00	\$ 682,00	\$ 66,18	19.767	\$ 3.481.414,83
Fotocopias	\$ 8.244.000,00	82.440	29,11%	\$ 100,00	\$ 21,00	\$ 79,00	\$ 23,00	59.302	\$ 4.684.890,49
Internet	\$ 3.464.000,00	13.464	4,75%	\$ 1.000,00	\$ 336,00	\$ 664,00	\$ 31,57	9.685	\$ 6.430.971,01
Teléfono	\$ 4.104.800,00	94.032	33,20%	\$ 150,00	\$ 65,00	\$ 85,00	\$ 28,22	67.641	\$ 5.749.485,31
Alquiler	\$ 276.000,00	276	0,10%	\$ 1.000,00	\$ 67,00	\$ 933,00	\$ 0,91	199	\$ 185.235,87
Scanner	\$ 4.122.000,00	8.244	2,91%	\$ 500,00	\$ 8,00	\$ 492,00	\$ 14,32	5.930	\$ 2.917.678,63
Impresión	\$ 8.244.000,00	41.220	14,56%	\$ 200,00	\$ 74,00	\$ 126,00	\$ 18,34	29.651	\$ 3.736.051,91
Papelería	\$ 9.843.280,00	16.036	5,66%	\$ 1.861,00	\$ 564,00	\$ 1.297,00	\$ 73,44	11.535	\$ 4.961.478,95
Totales	\$ 104.404.080,00	283.192	100,00%				\$ 255,99	203.711,52	\$ 2.147.207,00

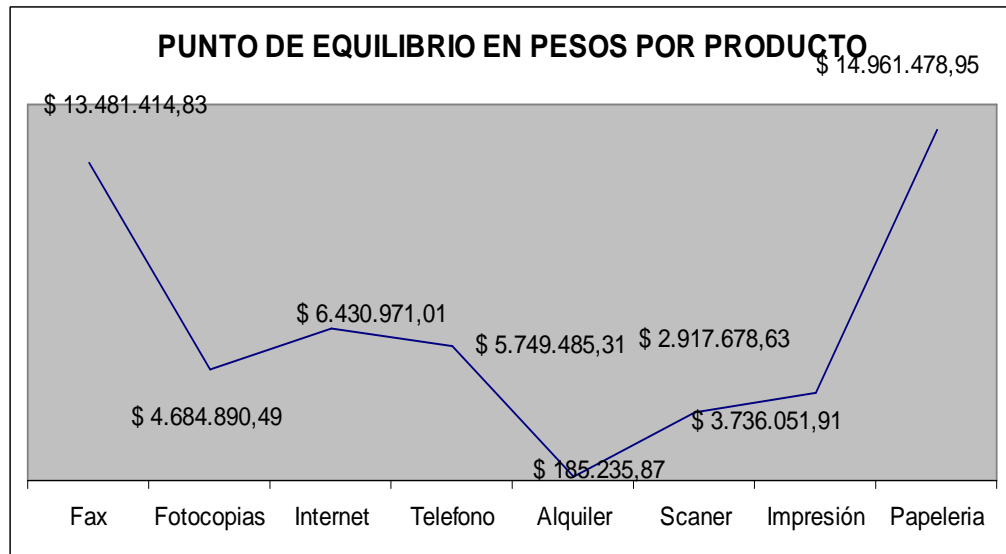
$$\frac{\$ 52.147.207,00}{\$ 255,99} = 203.711,52 \text{ Unidades}$$

Figura 27. Punto de equilibrio en unidades por producto para el primer año



Fuente: Autores del estudio

Figura 28. Punto de equilibrio en pesos por producto para el primer año



Fuente: Autores del estudio

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 66. Flujo de caja proyectado

Flujo de Caja Proyectado

ITEM	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Venta de Servicios	\$ 0	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$ 120.860.773	\$ 126.903.812
Aporte de socios	\$ 34.355.350					
Total Ingresos	\$ 34.355.350	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$ 120.860.773	\$ 126.903.812
Egresos						
Compra de maquinaria y equipo	\$ 13.203.900					
Construcciones y adecuaciones	\$ 1.740.000					
Compra de muebles y enseres	\$ 4.963.200					
Compra de equipos de Oficina	\$ 1.740.000					
Gastos preoperativos - Diferidos-	\$ 5.367.000					
Costo Prestación Del servicio		\$ 57.722.308	\$ 60.608.423	\$ 63.638.844	\$ 66.820.786	\$ 70.161.826
Gastos Administración y ventas		\$ 25.640.187	\$ 26.922.196	\$ 28.268.306	\$ 29.681.721	\$ 31.165.808
Impuesto de Renta			\$ 5.636.034	\$ 5.729.184	\$ 6.093.730	\$ 6.476.503
Total Egresos	\$ 27.014.100	\$ 83.362.495	\$ 93.166.654	\$ 97.636.335	\$ 102.596.238	\$ 107.804.136
V. Ingresos - Egresos	\$ 7.341.250	\$ 21.041.585	\$ 16.457.630	\$ 17.469.164	\$ 18.264.535	\$ 19.099.676
Saldo neto de caja	\$ 7.341.250	\$ 21.041.585	\$ 16.457.630	\$ 17.469.164	\$ 18.264.535	\$ 19.099.676
Mas saldo inicial de caja		\$ 7.341.250	\$ 28.382.835	\$ 44.840.465	\$ 62.309.629	\$ 80.574.164
Saldo final de caja	\$ 7.341.250	\$ 28.382.835	\$ 44.840.465	\$ 62.309.629	\$ 80.574.164	\$ 99.673.840

Fuente: Autores del estudio

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 67. Estado de resultados proyectado

Estado de Resultados proyectado	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONAL - Venta Servicios-	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$120.860.773	\$ 126.903.812
COSTO PRESTACIÓN DE SERVICIOS	\$ 56.952.501	\$ 60.608.423	\$ 63.638.844	\$ 66.820.786	\$ 70.161.826
UTILIDAD BRUTO	\$ 47.451.579	\$ 49.015.861	\$ 51.466.654	\$54.039.986	\$ 56.741.986
(-) Gastos admón.	\$ 30.372.687	\$ 31.654.696	\$ 33.000.806	\$ 34.414.221	\$ 35.898.308
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 17.078.892	\$ 17.361.165	\$ 18.465.848	\$19.625.765	\$ 20.843.679
(-) IMPUESTO 33,%	\$ 5.636.034	\$ 5.729.184	\$ 6.093.730	\$ 6.476.502	\$ 6.878.414
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	\$ 11.442.858	\$ 11.631.980	\$ 12.372.118	\$13.149.262	\$ 13.965.265
(-) Reserva legal 10%	\$ 1.144.286	\$ 1.163.198	\$ 1.237.212	\$1.314.926,27	\$ 1.396.526
Utilidad Neta	\$ 10.298.572	\$ 10.468.782	\$ 11.134.906	11.834.336,45	\$ 12.568.738

Fuente: Autores del estudio

5.7 BALANCE GENERAL

El balance general se elabora con base en los resultados obtenidos en el flujo de caja y el estado de resultados proyectado.

Tabla 68. Balance General proyectado

Activo Corriente	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja y bancos	\$ 7.341.250	\$ 28.382.835	\$ 44.840.465	\$ 62.309.629	\$ 80.574.164	\$ 99.673.840
Inventario de Papelería	\$ 0	\$ 769.807	\$ 769.807	\$ 769.807	\$ 769.807	\$ 769.807
Total Activo corrientes	\$ 7.341.250	\$ 29.152.642	\$ 45.610.272	\$ 63.079.436	\$ 81.343.971	\$ 100.443.647
Activo Fijo						
Construcciones y adecuaciones	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000
Maquinaria y Equipo	\$ 13.203.900	\$ 13.203.900	\$ 13.203.900	\$ 13.203.900	\$ 13.203.900	\$ 13.203.900
Muebles y Enseres	\$ 4.963.200	\$ 4.963.200	\$ 4.963.200	\$ 4.963.200	\$ 4.963.200	\$ 4.963.200
Diferidos	\$ 5.367.000	\$ 5.367.000	\$ 5.367.000	\$ 5.367.000	\$ 5.367.000	\$ 5.367.000
Equipo de Oficina	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000
-Amortización Diferidos		\$ 1.073.400	\$ 2.146.800	\$ 3.220.200	\$ 4.293.600	\$ 5.367.000
-Depreciación		\$ 3.659.100	\$ 7.318.200	\$ 10.977.300	\$ 14.636.400	\$ 18.295.500
Total Activo Fijo	\$ 27.014.100	\$ 22.281.600	\$ 17.549.100	\$ 12.816.600	\$ 8.084.100	\$ 3.351.600
Total Activo	\$ 34.355.350	\$ 51.434.242	\$ 63.159.372	\$ 75.896.036	\$ 89.428.071	\$ 103.795.247
Pasivo						
Pasivo corriente						
Impuestos Por Pagar		\$ 5.636.034	\$ 5.729.184	\$ 6.093.730	\$ 6.476.503	\$ 6.878.414
Total Pasivo corriente		\$ 5.636.034	\$ 5.729.184	\$ 6.093.730	\$ 6.476.503	\$ 6.878.414
Total Pasivo		\$ 5.636.034	\$ 5.729.184	\$ 6.093.730	\$ 6.476.503	\$ 6.878.414
Patrimonio						
Capital social Pagado	\$ 34.355.350	\$ 34.355.350	\$ 34.355.350	\$ 34.355.350	\$ 34.355.350	\$ 34.355.350
Utilidad Ejercicio	\$ 0	\$ 10.298.572	\$ 10.468.782	\$ 11.134.906	\$ 11.834.336	\$ 12.568.738
Utilidad ejercicios Anteriores		\$ 0	\$ 10.298.572	\$ 20.767.354	\$ 31.902.261	\$ 43.736.597
Reserva Legal	\$ 0	\$ 1.144.286	\$ 2.307.484	\$ 3.544.696	\$ 4.859.622	\$ 6.256.148
Total Patrimonio	\$ 34.355.350	\$ 45.798.207	\$ 57.430.188	\$ 69.802.306	\$ 82.951.569	\$ 96.916.833
Total Pasivo + patrimonio	\$ 34.355.350	\$ 51.434.242	\$ 63.159.372	\$ 75.896.036	\$ 89.428.071	\$ 103.795.247

Fuente: Autores del estudio

5.8 ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS

CAPITAL DE TRABAJO (CNT): Esta razón se obtiene al descontar de las obligaciones corrientes de la empresa todos sus derechos corrientes.

$$\text{CNT} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{CT} = \$ 29.152.642 - \$ 5.636.034 = \$23.516.608$$

ÍNDICE DE SOLVENCIA (IS): Este considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier instancia del tiempo y es comparable con diferentes entidades de la misma actividad.

$$\text{IS} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$ 29.152.642}{\$ 5.636.034} = 5 \text{ veces}$$

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO: La empresa no registra endeudamiento financiero. La única deuda que se registra en libros son los impuestos.

$$\text{RE} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} = \frac{\$ 5.636.034}{\$ 51.434.242} = 10.95\%$$

ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL (RAT): Indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas.

$$\text{RAT} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos totales}} = \frac{\$ 104.404.080}{\$ 51.434.242} = 2 \text{ Veces}$$

5.8.1 Índices de Rentabilidad

Tabla 69. Margen bruto

Margen Bruto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS OPERACIONAL - Venta Servicios-	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$ 120.860.773	\$ 126.903.812
UTILIDAD BRUTA	\$ 47.451.579	\$ 49.015.861	\$ 51.466.654	\$ 54.039.987	\$ 56.741.986
Margen Bruto	45%	45%	45%	45%	45%

Fuente: Autores del estudio

El margen bruto es la diferencia entre los ingresos por ventas y el precio de coste de los productos vendidos (datos que se obtienen de la cuenta de resultados).

El margen de bruto de rentabilidad se sitúa en 45% para todos los años debido a que tanto ingresos como los costos se proyectaron para todos los años con incremento del 5% que es el estimado para inflación.

Tabla 70. Margen operacional

Margen Operacional	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS OPERACIONAL - Venta Servicios-	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$ 120.860.773	\$ 126.903.812
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 17.078.892	\$ 17.361.165	\$ 18.465.848	\$ 19.625.765	\$ 20.843.679
Margen Operacional	16%	16%	16%	16%	16%

Fuente: Autores del estudio

El margen operacional es la diferencia entre los ingresos por ventas y el precio de coste de los productos vendidos más los gastos (datos que se obtienen de la cuenta de resultados).

El margen operacional de rentabilidad se sitúa en 16% para todos los años debido a que tanto ingresos como los costos se proyectaron para todos los años con incremento del 5% que es el estimado para inflación.

Tabla 71. Margen neto

Margen Neto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS					
OPERACIONAL -					
Venta Servicios-	\$ 104.404.080	\$ 109.624.284	\$ 115.105.498	\$ 120.860.773	\$ 126.903.812
UTILIDAD NETA	\$ 10.298.572	\$ 10.468.782	\$ 11.134.906	\$ 11.834.336	\$ 12.568.738
Margen Neto	10%	10%	10%	10%	10%

Fuente: Autores del estudio

El margen neto es la diferencia entre los ingresos por ventas y el precio de coste de los productos vendidos más los gastos y después de impuestos (datos que se obtienen de la cuenta de resultados).

El margen neto de rentabilidad se sitúa en 10% para todos los años debido a que tanto ingresos como los costos se proyectaron para todos los años con incremento del 5% que es el estimado para inflación.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Se revisarán los aspectos relacionados con la evaluación ambiental, realizando un diagnóstico del impacto que puede generar la empresa con el desarrollo de su objeto social.

Seguidamente, se harán los cálculos pertinentes a la evaluación financiera como son el Valor presente, Tasa interna de Retorno TIR, periodo de recuperación y finalmente se calculan las razones financieras, esto se realiza con el fin sacar conclusiones sobre datos numéricos estimados como reales

6.1 IMPACTO SOCIAL

Es importante señalar que las nuevas tecnologías de la información y comunicación hoy actúan como un importante motor del crecimiento porque a sus ventajas económicas en términos de valor añadido, productividad y empleo, se suman otras relacionadas con su carácter interconectivo bidireccional, que permite la transmisión y generalización de ventajas y experiencias entre diferentes regiones y ambientes. Esta nueva revolución tecnológica no solo ignora las barreras del tiempo y el espacio ya que sus servicios están las 24 horas y en cualquier rincón del planeta, sino que también modifican las soluciones inter ciudadanos y ésta con las diferentes instituciones. El acceso a grandes bases de conocimientos en Universidades y Bibliotecas, la enseñanza a distancia, la colaboración desinteresada entre centros de investigación o el empleo de la Telemedicina son ejemplos del infinito universo de posibilidades que pueden brindar estas tecnologías y que hoy enaltecen la condición humana.

"La Empresa Social surge como un nuevo actor que articula la creación simultánea de valor social, tecnológico y económico. La Empresa Social tiene como fin principal lograr un impacto social, teniendo la rentabilidad y estructura empresarial como medios antes que como un fin último"²¹.

Teniendo en cuenta los planteamientos anteriores, la idea empresarial que se ha ido madurando en el transcurso de este escrito llamada "Factibilidad para la creación de un centro integral de comunicación, copiado y papelería", es una empresa con filosofía social a pesar de ser una sociedad con ánimo de lucro; es una organización que presta servicios que facilitan el acceso a herramientas necesarias tecnológicas que mantienen a la comunidad a la vanguardia de la evolución y la civilización en un mundo donde las barreras ya no son barreras y los obstáculos e imposibles van siendo posibles.

El impacto de este proyecto es directo y con visión social cuyo objeto principal marca el desarrollo de la comunidad; todo esto evidenciado en la generación de nuevos empleos tanto directos como indirectos, en total son 4 cargos de los cuales 3 son directamente contratados por la empresa y un último que corresponde al contador, que es contratado por prestación de servicios; cada uno de los trabajadores que conforman la nómina de CICOP, estarán cobijados por todos los beneficios que el régimen prestacional de ley otorga al trabajador Colombiano.

El aporte que hace este proyecto al desarrollo social es evidente puesto que se generan nuevos empleos, se crea empresa y por ende aporta al desarrollo empresarial y a la economía Gironesa, por otra parte se suplen necesidades insatisfechas, respecto a los servicios a prestar, manifestadas por la comunidad el carrizal, sector donde se ubica el proyecto.

²¹ <http://www.codigor.com.ar/empresasocial.htm>

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

El mundo ha avanzado a pasos agigantados en los últimos 40 años. Como nunca antes los cambios ocurren a una velocidad vertiginosa, generándose grandes transformaciones políticas, culturales, científicas, tecnológicas, económicas, sociales y ambientales. En el último medio siglo la humanidad ha progresado más que en todos los tiempos anteriores. Se han mejorado las condiciones de vida de gran parte de la población. Han aumentado las expectativas de vida de hombres y mujeres. Las comunicaciones han adquirido una velocidad cada vez más asombrosa. En definitiva, la humanidad tiene cada vez más capacidad para dominar la naturaleza; tanto que incluso amenaza su medio ambiente y por ende su supervivencia.

El conjunto de elementos anteriores, relatados a modo de ejemplo, implica sustanciales cambios en la vida económica y cultural del mundo moderno. Entre ellos, quizás el cambio más significativo que está ocurriendo es el fenómeno de la globalización, que también influye en los importantes problemas ambientales que amenazan al mundo. El calentamiento global de la atmósfera y el cambio climático, el adelgazamiento de la capa de ozono, la pérdida de la biodiversidad, la disminución de la masa vegetal y el avance de la desertificación, son evidencias de este deterioro. La urgente necesidad de tomar conciencia con el mundo y la naturaleza nos hace responsables de utilizar razonablemente los recursos naturales, es uno de los grandes retos de la humanidad y una de las responsabilidades con las nuevas generaciones que habitarán el planeta.

Es por lo anteriormente mencionado que desde las universidades se ha tomado conciencia ambiental y se ha convertido en norma que dentro del contenido del proyecto se maneje la temática ambiental, su afectación en el medio y su responsabilidad social empresarial. En la siguiente tabla se hace referencia a las

principales variables ambientales en referencia a la idea emprendedora de la creación de un centro Integral de comunicación, copiado y papelería como son: agua, energía, aire, ruido, residuos, paisaje y suelos.

**NO HEREDAMOS LA TIERRA DE NUESTROS ANTEPASADOS, LA TOMAMOS
PRESTADA DE NUESTROS HIJOS²².**

²² Escrito por: Antoine de Saint-Exupéry

Tabla 72. Análisis de las variables ambientales

VARIABLE	ENTRADA	SALIDA	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
AGUA	Acueducto metropolitano de Bucaramanga. Servicio urbanos para el estrato 3 con un cargo fijo; se estima que el consumo mínimo será de 1.730 m ³ . Subsidiado el 15% del consumo,	Los 10 m3 que ingresan se estiman un consumo así: 5 m3 para el aseo de instalaciones costo \$7.299.64 4 m3 para el uso del sanitario costo \$5.839.71 1 m3 para el consumo de cafetería costo \$1.459.93 Para hacer aseo se utilizara balde; los sanitarios serán de bajo consumo de agua; Se aplicaran practicas de uso racional utilizando botellas llenas de arena, debidamente tapadas, dentro del tanque del agua	Concientizar sobre la importancia en el cuidado de las fuentes hídricas meditante una campaña educativa que sensibilice a la comunidad la buena disposición de las basuras y los desechos los cuales no deben llegar, como lugar de disposición final, a las riberas de los ríos y a sus nacimientos.
ENERGIA	Electrificadora de Santander. Servicio urbanos para el estrato 3 con innataciones eléctricas trefilares;, se estima que el consumo mínimo será de 429 ^{kv}	La energía eléctrica se consumirá en el funcionamiento de los equipos de cómputo, el aire acondicionado y la luz del establecimiento. Gafas protectoras, pantallas de aislamiento para los computadores y el operario de la fotocopiadora, Sistema de captura de ondas electromagnéticas, utilización de bombillas ahorradoras,	
AIRE	Contaminación inherente al sector por afectación de la zona industrial ubicada a 3 kilómetros. Instalación de equipos de aire acondicionado,	Equipos de aire acodiciando de bajo consumo de energía, Mejoramiento ambiental del entorno,	Concienciar a la comunidad de la importancia en el cuidado de la flora y la fauna en especial de los árboles con relación al beneficio que ofrecen en la purificación del aire; esto será posible con el aporte de cada habitante mediante la reforestación del sector con un arbolito semilla que se les obsequiara.
RUIDO	Música ambiental	Inherente al proceso	

RESIDUOS	Componente vegetal: papel reciclado por cajas, café liofilizado; Jabón biodegradable; algunos Tonner	Hojas utilizadas para reciclarlas en el proceso; separación del empaque de las resmas; Los conchos del café se almacenan y se convierten en abono del plan de siembra, para el mejoramiento del entorno mencionado como responsabilidad social empresarial respecto al aire; Los tonner que serán tipo ecológicos los que después de utilizados permiten varias recargas evitando con esto que las partes que no se gastan o dañen se puedan reutilizar los tonner que no se puedan reutilizar por daños o por muchas recargas se entregan a la empresa proveedora, Por practica ambiental se entregan los tonner que no se puedan recargar o reutilizar a la empresa proveedora para su disposición final; El jabón utilizado para el aseo es biodegradable; el papel reutilizado se acumula y se entrega a una fundación	Distribuir puntos ecológicos en diferentes lugares del sector con el propósito de que la comunidad se motive a reciclar y así mismo el efecto ambiental de dichos residuos sea positivo.
PAISAJE		Utilización de cactus para recepción de ondas, Contaminación visual,	El mejoramiento del paisaje se verá reflejado en las prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas para el caso del agua y del aire.
SUELO	Cumplimiento de POT Girón, registro Cámara de Comercio. Vías iluminadas	Se cumplirán todas las normas y leyes vigentes con respecto a la ubicación dentro del Plan Básico de Ordenamiento territorial.	

Fuente: Autores del estudio

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para decidir la viabilidad del proyecto, es de vital importancia realizar una evaluación desde el punto de vista financiero, ya que cuantitativamente se podrá comprobar si es viable crear una empresa dedicada la prestación de servicios de comunicación, copiado y papelería en el sector el carrizal de municipio de Girón Santander.

6.3.1 Valor presente. Es la diferencia entre los ingresos y los egresos (incluyendo como egreso la inversión inicial del proyecto) a valores actualizados. Tomando como base el flujo neto de caja, donde los valores están en pesos constantes y considerando una tasa de inflación de cero debido al alto grado de incertidumbre económica, política, social, entre otros aspectos influyentes en la economía del país.²³

²³ Pabón Barajas Hernán, Fundamentos de Costos, segunda edición 2004. Publicaciones UIS.

Tabla 73. Valor presente

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
D.T.F.	8.58%
TASA DE RIESGO	17.16%
TASA OPORTUNIDAD MERCADO	21%

$$TOM = (1 + I_1) (1+I_2) - 1$$

PERIODO	Inversión	FLUJO NETO	FACTOR VPN $1/(1+INT)^n$	VPN ACTUALIZADO
0	-\$ 34.355.350		1	-\$ 34.355.350
1		\$ 21.041.585	0,826070794	\$ 17.381.839
2		\$ 16.457.630	0,682392957	\$ 11.230.571
3		\$ 17.469.164	0,563704892	\$ 9.847.453
4		\$ 18.264.535	0,465660148	\$ 8.505.066
5		\$ 19.099.676	0,384668248	\$ 7.347.039
	vpn			\$ 19.956.619

Fuente: Autores del estudio

6.3.2 Tasa interna retorno TIR. La tasa interna de retorno TIR, es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero; es decir, que iguale la suma de los saldos netos del flujo de caja descontados a la inversión total, reflejando la rentabilidad que el proyecto obtendrá durante los cinco años proyectados.

Tabla 74. Tasa interna retorno TIR

TIR
-\$34.355.350
\$21.041.585
\$16.457.630
\$17.469.164
\$18.264.535
\$19.099.676
46,55%

Fuente: Autores del estudio

6.3.3 Periodo de Recuperación de la Inversión PRI. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Del estado de resultados del proyecto (pronóstico), se toman los siguientes rubros con sus correspondientes valores: los resultados contables (utilidad o pérdida neta), la depreciación, las amortizaciones de activos diferidos y las provisiones. Estos resultados se suman entre sí y su resultado, positivo o negativo será el flujo neto de efectivo de cada periodo proyectado

CALCULO PRI: Uno a uno se van acumulando los flujos netos de efectivo hasta llegar a cubrir el monto de la inversión. Para el proyecto el periodo de recuperación de la inversión se logra en el periodo 1.94

Tabla 75. Calculo PRI

CONCEPTO	Per 0	Per 1	Per 2	Per 3	Per 4	Per 5
Saldo neto de caja		\$ 21.041.585	\$ 16.457.630	17.469.163,53	\$ 18.264.535	\$ 19.099.676
- Inversión Inicial	\$ 34.355.350					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 34.355.350	\$ 21.041.585	\$ 16.457.630	17.469.163,53	\$ 18.264.535	\$ 19.099.676

Fuente: Autores del estudio

Calculo: $-34.355.350 + 21.041.585 = -13.313.765$

$13.313.765 / 16.457.630 = 0.80$

El periodo de recuperación se ubica entre el periodo uno y el dos, mas exactamente en el periodo 1.80, es decir en un año y 10 meses.

CONCLUSIONES

- Este documento permitió concretar y plasmar una idea de negocio que proyecta una oportunidad empresarial pues se desarrolla en un sector donde el mercado objetivo presenta insatisfacción frente a los servicios ofrecidos.
- El proyecto esta orientado a prestar los servicios a los habitantes del sector el carrizal conformado por los barrios Mirador del Carrizal, Altos de Carrizal, San Antonio del carrizal, Carrizal Campestre, habitado por 4.300 personas dentro de las cuales 3.930 son nuestro mercado objetivo. Aunque existe proveedores de los servicios que el centro Integral de Comunicación, copiado y papelería ofrece en su portafolio, los clientes del sector manifestaron una inconformidad reflejada en el estudio de mercados.
- Con fin de facilitar las ventas y posicionar la empresa en el mercado, será necesario hacer uso de herramientas publicitarias y promocionales, requiriéndose una inversión para el lanzamiento de la empresa, debidamente presupuestada por valor de \$1.045.000 y una inversión de capital aportada por los socios por valor de \$ 35.802.087.
- La empresa será constituida como una sociedad limitada, cuenta con un organigrama vertical donde el personal está capacitado para desarrollar las funciones que desempeña.

RECOMENDACIONES

- Poner en marcha la ejecución del proyecto del centro Integral de Comunicación, copiado y papelería en el sector el carrizal del municipio de Girón Santander.
- Implementar como política de la empresa la permanente actualización de los adelantos científicos y tecnológicos que le permitan mantenerse a la vanguardia en el sector.
- Es de primordial importancia tener presente la descripción de funciones y perfiles diseñados en este documento en el momento de conformar la planta básica de personal.
- Es importante que permanentemente el recurso humano de la empresa mantenga como uno de los principales objetivos ofrecer diversidad de servicios con calidad, atención personalizada, valores que deben incrementarse cada día, con el fin de lograr la competitividad y productividad de la empresa

BIBLIOGRAFÍA

AVILA ACOSTA, Roberto. (1997). Introducción a la Metodología de la Investigación. La Tesis Profesional. Ed. Estudios y Ediciones R.A. Lima – Perú.

BARON DE D´CROIX, Maria Eugenia, Planeación Estratégica para la Investigación. Bucaramanga, 1987, Ensayo INSED, Universidad Industrial de Santander.

CAMACHO Pico, Jaime Alberto. Costos para la Gerencia. Los Aspectos Administrativos. Bucaramanga: Publicaciones UIS, 1993.

Censo DANE Junio 2005. En: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/

Comisión de Regulación de Telecomunicaciones República de Colombia. Disponible en: http://www.crt.gov.co/crt_2001-2004/documentos/infeconomica/publi_sector_2/cap01_las_telecomunicaciones_en_Colombia.pdf

ENCICLOPEDIA. MICROSOFT. ENCARTA. 2 000.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERTIFICACION. Normas colombianas para la presentación de tesis y otros trabajos de grado. Bogota, 1996.

JANY CASTRO, José Nicolás. Investigación Integral de Mercados.- Mc Graw Hill tercera edición. 2005.

Juntas de Acción comunal de la Zona Del Carrizal,

LEGIS. Guía Legis para la pequeña empresa. Editorial LEGIS. Bogotá, 2000.

Organización Internacional del Trabajo. La Salud y la seguridad en el Trabajo.
http://training.itcilo.it/ac trav_cdrom2/es/osh/ergo/ergonomi.htm#B.%20El%20trabajo%20que%20se%20realiza%20sentado%20y%20el%20diseño%20de%20los%20asientos

PORTAFOLIO, Artículo (noviembre 12 de 2007) Página 12 Mipymes, por buen camino.

Reseña Histórica Del Ministerio de Comunicaciones. Disponible en: http://www.Mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/indez.jsp?page=../mods/contenido/view_page&id_contents=54&l=3

ENLACES

http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados_am_municipios.pdf

<http://www.giron.gov.co>

<http://www.investigacion-mercados.shtml>

<http://www.mincomunicaciones.gov.co>

<http://www.monografias.com/trabajos29/plan-investigacion-mercados/plan->

http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/index.jsp?page=../mods/contenido/noticia_user_view&id=89

<http://www.vozalmundo.com/index.php?id=1020>

<http://www.theslogan.com> Marketing marcas y tendencias del consumo. © 2003 - 2006 Theslogan Magazine

http://www.telebucaramanga.com.co/code/tb_corp_internet_banda_ancha.jsp

http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_de_sistemas/cableadoestructurado/default2.asp

www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_de_sistemas/cableadoestructurado/default2.asp

<http://www.codigor.com.ar/empresasocial.htm>

ANEXOS

Anexo A. Cotización Computador Corel2Duo2



COMPUTADOR CORE2 DUO 2.4

Item #: 442

Este producto está en nuestro catálogo desde sábado 12 julio, 2008.

\$1,230,000

Ítem Descripción

Procesador Intel Core 2 Duo 2.4 Ghz/800/2 MBK. Memoria 2 Gigas DDR2. Disco Duro 200 GB SATA. Unidad DVD-Writer 20X. Unidad de 3.5/ Card Reader. Caja ATX Apex fuente real 300 va. Board MSI 945GCM7 avr, video integrado, sonido 5.1 canales incorporado, red 10/100 incorporada. 8 puertos USB. Kit de accesorios Teclado multimediaMicrosoft , mouse óptico Microsoft , parlantes multimedia, cámara web Labtec , Monitor LCD 19 Samsung . Obsequio juego de forros.

Anexo B. Cotización impresora multifuncional HP 4180 color scanner fotocopiadora

**IMPRESORA MULTIFUNCIONAL HP 4180 COLOR SCANNER
FOTOCOPIADORA**

Tienes pendiente el pago de este artículo, paga ahora con  **MercadoPago**

Precio
Final: \$ 175000.00 c/u 



Anexo C. Cotización Kit alarma inalámbrica contra robo señal telefónica fija celular

kit Alarma inalambrica contra robo señal telefónica fija cel

Electrónica, Audio y Video > Equipos de Seguridad > Combos
de Seguridad

Artículo:
#5475450

Precio
Final: \$ 270000.00 c/u

**Compra
Inmediata**



Vendedor: SECURITY SYSTEM

(103) ★ 🏆 📱

Anexo D. Cotización Scanner Cannon 1200x2400 USB2

NUEVO ESCANER CANON 1200x2400 USB 2.0 CANONSCAN LIDE 25

Computación → Periféricos y Accesorios de PC → Escáners

Artículo:
#5640486

Precio
Final: \$ 179900.00 c/u



Anexo E. Cotización fax

Precio Final:\$ 279000.00 c/u

Computación → Impresoras → Equipos Multifunción → HP

Artículo:
#5584708



HENRY CARVAJAL

Carrera 7 No. 43 – 70 – Teléfono 6335454
Celular: 315 3510667 - Bucaramanga

Bucaramanga, Marzo 27 de 2.008 .

Señores
CLAUDIA GARCIA PEREZ
Ara. Compras y Suministros
Ciudad

COTIZACION

Con la presente estoy enviando la siguiente cotización solicitada por ustedes, con destino a la Oficina de Cartera:

<u>CANT</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>VALOR UNITARIO</u>	<u>VALOR TOTAL</u>
1	Archivador vertical de 4 gavetas en lamina Supertec color negro con frentes en formica, sistema de 1 chapa para cierre general.	\$280.000	\$280.000
		TOTAL	\$280.000

VALIDEZ DE LA OFERTA: 1 Mes
FORMA DE PAGO: Contado
TIEMPO DE ENTREGA: 10 Días Hábiles a partir de la orden
LUGAR DE ENTREGA: Oficinas Solla Girón
GARANTIA: 1 Año por desperfectos de fabricación

A atentamente,


HENRY CARVAJAL
Nit. 91.268.126 – 1

Anexo G. Cotización general de papelería

Central de Suministros Ltda.

NIT. 804.003.744-1

CINTAS - TINTAS - TONNER - CIGARETAS
 CD - DVD - REBORNAS - FORMAS CONTINUAS
 Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPELES
 EN GENERAL - UTILES ESCOLARES Y
 ESCRITORIO.



Imation

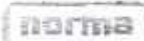
EPSON



Verbatim



Kores



WELLSFORD

Canon

PAPERMATE

XEROX

Wingo

Alfere

GEMA



Rank

COTIZACION GENERAL DE PAPELERIA				
DESCRIPCION	IVA	SUBTOTAL	IVA	VENTA
Acido Biodegra x 600 FRESH	16%	3.139	502	3.640
Acido Biodegra x 810 FRESH	16%	4.570	731	5.301
Acido Munatoo Prisma x 3000	16%	5.521	883	6.404
Ajay Polvo Limon x 500	16%	1.910	306	2.216
Ambientador Galon Coronela	16%	13.560	2.170	15.730
Ambientador Piso WASH x 2000	16%	4.833	771	5.604
Ambientador Spray x 500 FRESH	16%	4.181	669	4.850
Ambientador x 3600 FRESH	16%	6.780	1.085	7.865
Aromatica golden	16%	553	88	641
Aromatica Frutas Ligra Frutolandia	16%	4.520	723	5.243
Aromatica HINDU canela	16%	2.260	362	2.622
Aromatica Jaibel Cidron x 20	16%	1.551	248	1.799
Axion x 1000 grs	16%	8.603	1.356	9.959
Axion x 250 gr	16%	1.821	291	2.112
Axion x 500	16%	3.221	515	3.736
Azucar 1 kilo Blanca	10%	1.835	184	2.019
Azucar 1 litro Blanca	10%	798	80	878
Azucar sobre Incoupa x 200 Un	10%	3.856	386	4.242
Advil Sobre x 4	0%	1.827	0	1.827
Base Vaso Cafetero x Und	16%	153	24	177
Biovarsol 1A x 850	16%	4.944	791	5.735
Blanqueador x 3900 FRESH	16%	5.005	814	5.819
Bolsa 60 x 40 Paq. x 10 Blanca	16%	1.243	199	1.442
Papetera				
Bolsa 60 x 60 x 10 und roja	16%	2.466	396	2.862
Bolsa Asao Grande X 10 Und	16%	2.825	452	3.277
Bolsa negra 60 x 60 par. x 10	16%	2.081	335	2.416
Bolsa negra 75 x 90 par. x 10	16%	1.450	232	1.682
Bolsa negra 90 x 150 par. 6	16%	3.822	610	4.432
Bonaire A. Canela x 400	16%	5.100	816	5.916
Cafe Sello Rojo 500 gr.	10%	6.328	833	7.161
Cepillo Ropa Suave	16%	3.208	513	3.721
Cera Primasol Roja 3000 ml	16%	7.981	1.274	9.255
Coffe Cream x 280 grs	16%	4.990	798	5.788
Churrusco con base Brinox	16%	2.712	434	3.146
Crealina primasol 500	16%	2.712	434	3.146
Cucharas Dulcera deco x 20	16%	385	62	447
Cucharas Dulcera deco x 100	16%	1.374	220	1.594
Escoba Agua Marina Grande	16%	4.407	706	5.113

Central de Suministros Ltda.

NIT. 804.003.744-1

CINTAS - TINTAS - TONNER - BIERKEY
 CD - DVD - RESMAS - FORMAS CONTINUA
 Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPELE
 EN GENERAL - ÚTILES ESCOLARES Y
 OFICINA.



imation

EPSON



Verbatim



Kores



USANFORD.

Canon

PAPER&MATE

XEROX.

Wingo

Allerec.

GEMA



Rank

Escoba Muniopo	18%	3.277	524	3.801
Fabuloso Floral x 2000 cc	18%	8.604	1.041	7.545
Fabuloso levanda x 1000	18%	9.729	597	4.326
Flores de madera	18%	1.300	208	1.508
Glade Aceite aparato	18%	13.221	2.115	16.936
Glade Aceite Roto	18%	9.362	1.338	9.700
Guante Dom. Eterna C 25 T 8	18%	3.800	605	4.408
Guante duracion eterna C25 T16/2	18%	3.791	607	4.388
Guantes plis.Negra C-25 No.9	18%	3.791	607	4.398
Jabon Barra Derva Azul x 350	18%	1.243	168	1.442
Jabon Barra Puro Azul x 350	18%	1.243	168	1.442
Jabon Liquido Primasol x 3750	18%	7.630	1.221	9.561
Jabon polvo AS Limon x 1000	18%	3.184	605	2.670
Jabon polvo AS Limon x 500	18%	1.640	294	2.134
Jabon Tocador Dorado x 100 grs	18%	819	131	949
Jabon Tocador LUX 80grs	18%	977	158	1.133
Lava Platos x 1000	18%	8.102	978	7.078
Lava Platos x 500	18%	3.277	524	3.801
Limpiador primasol canela x 3750	18%	8.346	1.335	9.561
Limpiador Primasol talco x 3750	18%	8.346	1.335	9.561
Limpiavientos Primasol Autom. x 500	18%	1.921	307	2.228
Limpido Ajax x 3750	18%	7.006	1.121	8.127
Limpido clorox x 1000	18%	2.034	325	2.359
Limpido clorox x 3800	18%	6.654	1.049	7.603
Limpido Dector x 5 gl	18%	19.323	3.092	22.415
Limpido Dector x 3750	18%	4.088	651	4.719
Limpion corriente en tela	18%	1.017	163	1.180
Mezcladores Paquete	18%	735	118	853
Palitos osita	18%	286	43	309
Papel aluminio x 16 mtr	18%	3.350	542	3.832
Papel Aluminio x 7 mt	18%	1.662	253	1.835
Papel Familia Blanco 70231 X 1	18%	1.407	225	1.632
Papel Familia Blanco 7024 x 1	18%	948	152	1.100
Papel Familia Blanco 7025 x 4	18%	3.702	607	4.399
Papel Familia Blanco 7115 x 25	18%	8.399	1.342	9.731
Papel Higienico NUBE 2 en 1	18%	838	136	984
Papel NUBE 3 x 1 x	18%	1.017	163	1.180
Pasta Ambientador GEL	18%	678	109	786
Pintolina Canela x 2000	18%	5.142	823	5.965
Platos DOM. Panque x 20	18%	646	136	884
Platos Icopor Tarta x 20	18%	848	136	984
Raid Aerosol x 400	18%	9.266	1.483	10.749
Recogedor Plastico Corriente	18%	1.582	253	1.835
Rollo Multibuso Familia 7346 x 1 rollo	18%	3.288	623	3.791

Central de Suministros Ltda.

NIT. 204.003.744-1

CINTAS - TINTAS - TONNER - DISKETTS
 CD - DVD - RESMAS - FORMAS CONTINUA
 Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPEL
 EN GENERAL - ÚTILES ESCOLARES Y
 ESCRITORIO.



Imation

EPSON



Verbatim



KORES

norma



BRANFORD

Canon

PAPERMATE

XEROX

Wingó

allerc

GEMA



Rank

Sabra Scott Bnte 3M	16%	250	40	290
Sabra corriente Verde	16%	103	16	119
Servileta MIA x 200	16%	1.104	177	1.281
Servileta Familia 7225 paq. x100	16%	1.356	217	1.573
Servileta Familia 7259 x 200	16%	1.206	193	1.401
Serviletas Familia 7205 Cafet. x 100	16%	1.130	181	1.311
Sampic x 2000	16%	7.456	1.198	8.651
Tenedor Pequeño Deco x 20	16%	441	71	512
Tenedor Pequeño Deco x 25	16%	566	90	656
Toalla Familia 7351 Z Blanca x 150	16%	6.561	1.050	7.611
Toalla Familia 7353 Z Ecologica c	16%	4.944	775	5.719
Toalla Familia 7361 Rollo Ecolog	16%	6.904	1.085	7.989
Trapero Algodon x 500 Paño 150	16%	5.707	913	6.620
Varsol Dedor x 400	16%	2.147	344	2.491
Varsol Dedor x 820	16%	3.616	575	4.191
Varsol x 3750	16%	15.943	2.535	18.378
Vaso 2,5 Onz x 25 Eco DOM	16%	757	121	878
Vaso 3,5 Onz x 50 Bar DOM	16%	1.526	244	1.770
Vaso 7 oz DOM OPAL x 50	16%	1.413	228	1.639
Vaso 7 oz DOM OPAL x 25	16%	633	101	734

CAMBIO DE PRECIOS SIN PREVIO AVISO

Central de Suministros Ltda.

NIT. 804.003.744-1

CINTAS - TINTAS - TONNER - DISKETTES
 CD - DVD - RESINAS - FORMAS CONTINUAS
 Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPELERIA
 EN GENERAL - UTILES ESCOLARES Y DE
 ESCRITORIO.



Imation

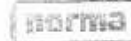
EPSON



Verbatim



KORES



WANNFORD

Canon

PAPERMATE

XEROX

Wingo

Allegro

GEMA



Rank

COTIZACION GENERAL DE PAPELERIA				
DESCRIPCION	IVA	SUBTOTAL	IVA	VENTA
Acido Biodegra x 500 FRESH	16%	3.138	502	3.640
Acido Biodegra x 810 FRESH	16%	4.570	731	5.301
Acido Muratico Prisma x 3000	16%	5.521	883	6.404
Ajar Polvo Limon x 500	16%	1.910	305	2.216
Ambientador Galon Citronala	16%	13.583	2.170	15.753
Ambientador Piso WASH x 2000	16%	4.833	741	5.574
Ambientador Spray x 500 FRESH	16%	4.181	669	4.850
Ambientador x 3500 FRESH	16%	6.750	1.085	7.835
Aromatica golden	16%	953	141	1.094
Aromatica Frutas Light Frutolandia	16%	4.520	723	5.243
Aromatica HINDU Canela	16%	2.260	362	2.622
Aromatica Jajibel Cidron x 20	16%	1.551	248	1.799
Arion x 1000 grs	16%	6.603	1.058	7.661
Arion x 250 gr	16%	1.821	307	2.128
Arion x 500	16%	3.221	515	3.736
Azucar 1 kilo Blanca	10%	1.955	184	2.139
Azucar 1 litro Blanca	10%	798	80	878
Azucar sobre Inocua x 200 Un	10%	3.658	366	4.024
Advil Sobre x 4	0%	1.827	0	1.827
Base Vaso Cafetero x Und	16%	153	24	177
Biovarsol 1A x 850	16%	4.944	791	5.735
Branqueador x 3500 FRESH	16%	5.005	814	5.819
Bolsa 60 x 60 Paq. x 10 Blanca	16%	1.243	199	1.442
Bolsa 60 x 60 x 10 und rojo	16%	2.486	398	2.884
Bolsa Aseo Grande X 10 Und	16%	2.025	323	2.348
Bolsa negra 60 x 60 paq. x 10	16%	2.091	335	2.426
Bolsa negra 75 x 90 paq. x 8	16%	1.450	232	1.682
Bolsa negra 90 x 150 paq 8	16%	3.622	580	4.202
Bonnie A. Canela x 400	16%	5.100	815	5.915
Cafe Sello Rojo 500 gr.	10%	6.328	633	6.961
Cepillo Ropa Suave	16%	3.258	521	3.779
Cera Primasol Roja 3000 ml	16%	7.961	1.274	9.235
Caffe Cream x 280 grs	16%	4.990	798	5.788
Chumusco con base Brinox	16%	2.712	434	3.146
Cerebina primasol 500	16%	2.712	434	3.146
Cucharas Dulcera doce x 20	16%	385	62	447
Cucharas Dulcera doce x 100	16%	1.374	220	1.594
Escoba Agua Marina Grande	16%	4.407	705	5.112

Central de Suministros Ltda.

NIT. 804.003.744-1

DINTAS • TINTAS • TONNER • DISKE
 CD • DVD • RESMAS • FORMAS CONTINUA
 Y ESPECIALES • ACCESORIOS • PAPEL
 EN GENERAL • UTILES ESCOLARES
 ESCRITORIO.

Bucaramanga, Julio 25 del 2008

Señoras:

CLAUDIA GARCIA PEREZ
 Ab. Departamento de compras
 Ciudad

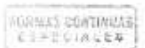


imation

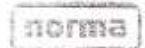
EPSON



Verbatim



KORES



WILSON

Canon

PAPERMATE

XEROX

Wingo

Allerec

GEMA



Rank

COTIZACION GENERAL DE PAPELERIA

ITEM	DETALLE	CAN	VR.UNIT.	IVA 16%	VR TOTAL
1	Almohadilla sellos Rank	1	2.656	425	3.081
2	Archivo.fuelle 30 bolsillo oficio NORMA	1	17.134	2.741	19.875
3	Archivo.fuelle 30 bolsillo oficio FOLDEZ	1	14.090	2.350	17.040
4	Archivo.fuelle 30 bolsillo medio oficio	1	8.927	1.428	10.355
5	Archiv.fuelle 18 bolsillos plastico norma	1	14.979	2.396	17.369
6	Archivador AZ Carta /Oficio NORMA/CID	1	3.376	540	3.916
7	Archivador AZ Carta/oficioen WINGO	1	2.825	452	3.277
8	Bandas de caucho/caja Bandescol No.22	1	271	43	314
9	Bandas de kilo No. 22	1	6.554	1.049	7.603
10	Borrador nota grande linea azul	1	288	46	334
11	Borrador tablero cta	1	904	145	1.049
12	Bistury grande corriente	1	373	60	433
13	Bistury grande alma metalica	1	2.147	344	2.491
14	Block amarillo carta NORMA/wingo	1	1.903	303	2.196
15	Block amarillo media carta Norma/wingo	1	1.130	181	1.311
16	Block bond carta/rayad/cuadric/ 80 hojas	1	1.469	235	1.704
17	Block bond oficio/rayad/cuadric/ 80 hojas	1	1.639	262	1.901
18	Bolsillo acetatos carta optimisa	1	90	14	104
19	Bolsillo acetatos carta NORMA	1	147	24	171
20	Block carta periodico	1	678	108	786
21	Block media carta periodico	1	288	46	334
22	Block medio carta bond	1	622	100	722
23	CD-R	1	645	126	771
24	CD-RW	1	1.469	235	1.704
25	Calculadora Max Electronica 12 Digitos MD25	1	12.317	1.971	14.288
26	Calculadora Max Electronica 12 Digitos MD34	1	16.037	2.604	18.631
27	Calculadora CASIO 8 digitos	1	6.215	994	7.209
28	Calculadora Max Electronica 10 digitos	1	9.379	1.501	10.880
29	Corrector lapicero paper mate	1	2.883	429	3.112
30	Corrector lapicero BEROL	1	1.592	253	1.835
31	Corrector brocha papermate	1	814	130	944

Central de Suministros Ltda.

NIT: 804.603.744-1

CINTAS - TINTAS - TONER - CIGARETAS
CD - DVD - RESMAS - FORMAS CONTINUAS
Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPELERIA
EN GENERAL - UTILES ESCOLARES Y DE
ESCRITORIO.



Imation

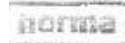
EPSON



Verbatim



KOREA



SEANFORO

Canon

APERIMATS

XEROX

Wingo

WILBERT

TEMA



Rank

32	Caja carbon maquina carta norma	1	12.081	1.935	14.028
33	Caja carbon maquina oficio norma	1	14.470	2.315	16.785
34	Caja carbon mano carta NORMA	1	14.050	2.248	16.298
35	Caja carbon mano oficio NORMA	1	10.598	2.654	13.252
36	Caja Archivo inactivo No. 12 NORMA	1	3.005	825	4.630
37	Caja Archivo inactivo No. 20 NORMA	1	7.692	1.231	8.923
38	Carpeta oficio/carta/ Foldex/fabrfolder	1	113	19	131
39	Carpeta colgantes marrones fabroider	1	407	65	472
40	Carpeta carta / oficio NORMA	1	165	31	196
41	Carpeta verde/interfaz/superio NORMA	1	200	32	232
42	Carpeta colgantes NORMA	1	407	90	577
43	Carpeta oficio plastica Acidos lego ECONOMA	1	904	145	1.049
44	Carpeta carta plastica color oscuro LEGIS	1	1.770	289	2.059
45	Carpeta oficio plastica tonos acidos LEGIS	1	2.017	329	2.346
46	Carpeta Hoja Vida Carta	1	130	21	151
47	Cinta calculadora bicolor ONIX	1	1.130	161	1.311
48	Carpetas plastificadas oficio	1	452	72	524
49	Carpeta plastica colgante LEGIS	1	2.056	425	3.081
50	Carpeta carta / oficio cortados	1	57	8	66
51	Cinta enmascarar 24 x26 tesa	1	1.251	200	1.451
52	Cinta de empaque tesa 48 x 100TESA	1	2.488	398	2.886
53	Cinta de empaque tesa 48 x 30	1	804	145	1.049
54	Cinta de enmascarar 12 x 26 tesa	1	735	119	853
55	Cinta de enmascarar 18 x 25 tesa	1	849	138	987
56	Cinta de escritorio 12 x40 tesa	1	424	68	492
57	Cinta magica 18MM studmark	1	3.390	642	3.932
58	Cinta EPSON FX 1170 ORIGINAL	1	0.940	1.440	10.480
59	Cinta EPSON FX 1170 NORMA	1	5.537	886	6.423
60	Cinta Impresora FX - 2180 NORMA/KORES	1	22.800	3.816	26.216
61	Cinta EPSON LX 300 NORMA	1	4.520	723	5.243
62	Cinta EPSON FX 2170 KORES	1	25.425	4.089	29.493
63	Carbon 250grs si pega	1	1.356	217	1.573
64	Carbon 125 grs RA-pio	1	881	141	1.022
65	Cesadora rank 570	1	10.110	1.619	11.728
66	Cesadora rank 340	1	8.094	1.437	10.321
67	Cuaderno 100 de. **EXCENTO IVA	1	791	0	791
68	Cuaderno 50 de. **EXCENTO IVA	1	585	0	585
69	Cuaderno argollado pequeño **EXC IVA	1	1.582	0	1.582
70	Cuaderno argollado grande **EXC. IVA	1	2.317	0	2.317
71	Directorio telefonico carta	1	9.606	1.537	11.142
72	Directorio telefonico media carta economico	1	4.520	723	5.243
73	Formas 20-02 minerva x 200	1	4.906	785	5.691
74	Formas 20-02 economico x 200	1	1.808	289	2.097
75	Formas 20-07 minerva ingreso sin cheque	1	6.057	989	7.028
76	Formas 20-07 economico ingreso sin cheque	1	2.430	399	2.819
77	Formas 35.05 minerva	1	8.260	1.032	7.262

Central de Suministros Ltda.

NIT: 804.093.744-1

DINTAS - TINTAS - TONNER - DISKETTES
 CD - DVD - RESMAS - FORMAS CONTINUAS
 Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPELERIA
 EN GENERAL - ÚTILES ESCOLARES Y DE
 ESCRITORIO.



imation

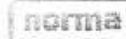
EPSON



Verbatim



KOREA



STANFORD

Canon

PAPERMATE

XEROX

Wingo

Allegro

GEMA








Rank

78	Formas 10-10/10-11/10-09 x 12 minerva	1	9.727	1.550	11.293
79	Fechador corriente	1	1.800	288	2.183
80	Fechador cte. multiple	1	3.503	580	4.083
81	Formas 30-14 minerva	1	8.887	1.387	10.054
82	Formas 30-14 minerva economico	1	4.181	886	4.850
83	Formas 20-06 minerva	1	5.424	908	6.292
84	Formas 20-06 minerva economico	1	2.850	425	3.081
85	Form.cent. 9-1P- COPAPEL	1	41.245	8.599	47.844
86	Form.cent. 9-2P- COPAPEL	1	60.623	8.684	70.207
87	Form.cent. 9-3P- COPAPEL	1	62.873	10.080	72.933
88	Folder 0.75R NORMA	1	4.690	750	5.440
89	Folder 0.5R NORMA	1	4.680	734	5.323
90	Folder 1.0R NORMA	1	4.939	700	5.720
91	Folder 1.5R NORMA	1	5.377	880	6.237
92	Folder 2.0R NORMA	1	6.351	1.016	7.367
93	Forma 60-00 letras	1	3.842	815	4.457
94	Gancho clip WINGO	1	340	55	399
95	Gancho coseadora WINGO	1	2.413	388	2.799
96	Gancho legajador metalico x 50 WINGO	1	3.426	548	3.974
97	Gancho legajador plastico WINGO	1	1.609	289	2.098
98	Gancho mariposa gigante WINGO	1	1.193	181	1.354
99	Gancho mariposa WINGO	1	1.382	221	1.603
100	Gancho clip Triton pema	1	278	45	324
101	Gancho clip yumbo wingo	1	1.634	271	1.965
102	Gancho coseadora triton	1	1.330	214	1.553
103	Gancho coseadora galvanizado	1	1.629	262	1.901
104	Gancho legajador plastico triton	1	876	140	1.016
105	Gancho mariposa triton	1	1.046	167	1.212
106	Gancho expediente No. 9	1	5.198	632	6.030
107	Gancho coseadora 0/15x 3000	1	7.741	1.239	9.980
108	Gancho doble clip 15/8"	1	158	25	183
109	Gancho doble clip 2"	1	452	72	524
110	Humedecedor en crema	1	2.826	452	3.277
111	humedecedor en espuma + glicerina	1	2.260	382	2.622
112	Lapiceros Gel Uniball Signo Broad	1	3.873	588	4.281
113	Lapiceros GEMA Surtidos	1	249	40	289
114	Lapiceros kilometrico plus	1	341	55	396
115	Lapiceros allegro surtidos	1	271	43	314
116	lapiceros bic cristal	1	367	59	426
117	Lapiceros retratil kilometrico/bic/X-Treme/ix	1	549	88	636
118	Libreta tequigrafia	1	1.528	244	1.770
119	Lapiceros stable	1	390	62	452
120	Lapiz ***EXC.IVA MONGOL	1	277	0	277
121	Lapiz GEMA ***EXC.IVA	1	170	0	170
122	Lapiz rojo EAGLE ***EXC.IVA	1	373	0	373
123	Libro 3columnas 100 folios	1	4.407	705	5.112

Central de Suministros Ltda.

NIT. 804.003.744-1



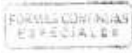

CINTAS • TINTAS • TONER • BARRILETOS
CD • DVD • REGMAS • FORMAS CONTINUA
Y ESPECIALES • ACCESORIOS • PAPELERIA
EN GENERAL • ÚTILES ESCOLARES Y O
ESCRITORIO.

	124	Libro 3columnas 200 folios	1	7.345	1.175	8.520
	125	Libro actas 100 folios	1	4.068	651	4.719
	126	Libro actas 200 folios	1	6.385	1.022	7.407
imation	127	Marcador FELPEN Industrial	1	1.243	199	1.442
	128	Marcador permanente SANFORD	1	565	90	655
EPSON	129	Marcador borrable EXPO	1	1.770	283	2.053
	130	Marcador borrable BEROL	1	791	127	918
	131	Micropuntas negro SANFORD	1	509	51	560
	132	Marcador Permanente A SANFORD SHARPIE	1	1.311	210	1.521
	133	Numerador manual	1	2.034	325	2.359
Verbatim	134	Paquete cartulina legajadora por 50 pape	1	7.571	1.211	8.782
	135	Paquete guías carpetas colgantes NORMA	1	693	111	804
	136	Paquete guías carpetas oficio /carta etc	1	760	122	882
	137	Paquete pestañas carpetas colgantes	1	678	108	786
	138	Paquete separadores amarillo carta	1	923	148	1.071
	139	Paquete separadores 1-8 norma	1	2.333	373	2.706
KOREG	140	Paquete separadores 1-12 norma	1	3.585	574	4.159
	141	Paquete separadores 1-31 NORMA	1	7.039	1.221	8.260
norma	142	Paquete separadores plasticos x 5	1	725	116	841
	143	Paquete separadores plasticos x 5 LEGIS	1	4.500	769	5.269
	144	Paquete separad para A Z 1/2 carta amaril	1	2.668	427	3.095
	145	Pasta limpiatipos PAPERMATE	1	2.260	362	2.622
	146	papelera de madera de piso	1	12.430	1.089	14.419
	147	Pasta catalogo carta 8 tomillos	1	2.973	390	3.363
SANFORD	148	Pegante en barra 40 grs. BDF	1	3.797	609	4.406
	149	Pegante en barra 20 grs BDF	1	2.873	380	3.253
Canon	150	Pegante en barra 20grs NORMA/ CID	1	1.582	253	1.835
	151	Pegante barra 40grs NORMA	1	2.696	425	3.121
PAPERMATE	152	Perforadora tipo escritorio rank 1040	1	8.801	1.089	9.890
	153	Piiego BRISTOL cartulina colores	1	401	54	455
XEROX	154	Piiego cartulina escolar	1	332	54	386
	155	Piiego periodico **EXC.IVA	1	93	0	93
Wingó	156	Pilas AAA Alkalina TRONEX PAR	1	1.078	316	1.394
	157	Pilas AA Alkalina TRONEX PAR	1	1.978	316	2.294
Allecro	158	Portaborrador Economico	1	861	154	1.015
	159	Portaminas PILOT 05	1	3.447	552	4.000
	160	Portaminas 05 aliso	1	1.187	190	1.377
GENA	161	Pos-it mediano amarillo	1	1.085	174	1.259
	162	Pos-it pequeño amarillo	1	488	79	567
	163	Pos-it mediano neon	1	1.469	238	1.707
	164	Papelera escritorio sencilla en madera	1	11.300	1.908	13.208
	165	Porta revistas	1	4.747	780	5.527
	166	Repuesto cuchilla bistury grande x 10	1	1.130	181	1.311
	167	Repuesto borrado papermate /económico	1	462	72	534
	168	Repuesto minas DONGA HB 07	1	306	63	369
	169	Repuesto minas HB Faber	1	740	118	858

Central de Suministros Ltda.

NIT. 804.003.744-1

DINTAS - TINTAS - TONNER - DISKETTES
CD - DVD - REBMAS - FORMAS CONTINUAS
Y ESPECIALES - ACCESORIOS - PAPELERIA
EN GENERAL - UTILES ESCOLARES Y DE
ESCRITORIO.

	170	Resaltador GEMA	1	855	105	750
	171	Resaltador SANFORD	1	680	100	780
	172	Roller fax 216 x 30 COPAPEL	1	2.435	590	2.925
imation	173	Roller fax 216 x 30 NORMA	1	2.043	423	3.066
	174	Resma carta 75grs	1	7.232	1.167	8.399
EPSON	175	Resma oficio 75grs	1	9.040	1.446	10.486
	176	Roller quimicos 76 x 30	1	1.610	306	2.216
	177	Regla 20 cms paper mate	1	475	70	545
	178	Roller sumadora 57x40	1	564	90	654
	179	Sacapunchos WINGO	1	1.300	205	1.505
	180	Sacapunchos Studmark	1	970	155	1.125
	181	Sacapuntas metalicos	1	226	36	262
Verbatim	182	Sobre manilla media carta	1	43	7	50
	183	Sobre manilla oficio ecologico	1	62	10	72
	184	Sobre manilla carta especial ecologica	1	61	10	71
	185	Sobre manilla extraoficio	1	107	17	124
	186	Sobre manilla radiografia	1	142	23	165
	187	Sobre oficio blanco	1	35	6	41
KORES	188	Tabla aritmetica oficio con gancho	1	2.698	416	3.015
	189	Tijeras tipo oficina 7"	1	2.250	362	2.612
	190	Tinta sellos OPTIMA	1	1.379	221	1.600
	191	Tinta sellos PELIKAN	1	2.204	353	2.557

ESTA LISTA ESTA SUJETA A CAMBIOS DE PRECIOS

ADEMAS TENEMOS TODO LO RELACIONADO CON ASEO Y CAFETERIA



Canon

PAPERMATE

XEROX

Wingo

Allcraft

GEMA



Rank

atentamente,


ERIKA CARDENAS
Asesor Comercial

Calle 19 No. 24 - 35 Tels: 6320658 - 6357904 - 6901172 - 6900261 Telefax: 6341685 Bucaramanga
E-mail: centralsumi@telebucaramanga.net.co - centralsumi@hotmail.com

ALMACEN LA GRECA

REGIMEN SIMPLIFICADO

COTIZACION

CRA. 17 No. 41-67
TELEFAX: 6338148 - 6522003
CEL. 310 8029554 - BUCARAMANGA

NOMBRE: <u>Clasilia Garcia</u>	CIUDAD Y FECHA: <u>Julio 25/08</u>
DIRECCION:	ATENCION:
	SOLICITADO POR:

TENEMOS EL AGRADO DE COTIZARLES EN LAS SIGUIENTES CONDICIONES

ZONA DE ENTREGA: <u>Inmediato</u>	VALIDA HASTA: <u>Fax 6760724</u>
MODALIDAD DE PAGO: <u>Contado</u>	

ITEM	ARTICULO(S) Y/O SERVICIOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Greca para 15 tintos 3 Servicios Tinto 1800g, Leche 110V marca "Sander" valor				\$30.000
	Garantia 1 año por desperfecto de fabrica				

CONDICIONES (En Letras)	TOTAL \$ <u>30.000 =</u>
OBSERVACIONES	LA GRECA

EMPRESA AUTORIZADA
CRA. 17 No. 41-67 TEL 6338148



MUEBLES PARA OFICINA, DIVISIONES OFICINA ABIERTA
ARCHIVO RODANTE

BUCARAMANGA, JULIO 25 DE 2.008

SEÑORA
CLAUDIA GARCIA
CIUDAD

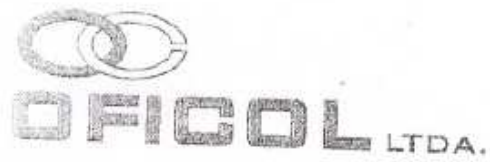
NOS PERMITIMOS SÓMETER A SU CONSIDERACION LA SIGUIENTE COTIZACION :

CANT	DESCRIPCIÓN	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
1	SILLA FIJA DIANA SIN BRAZOS, ESPALDAR Y ASIENTO EN CONCHA DE POLIPROPILENO. ESTRUCTURA METALICA EN TUBO REDONDO CON PINTURA ELECTROSTATICA REF. 6004		\$ 57.000,00
1	SILLA FIJA NOVITA SIN BRAZOS TAPIZADA EN PANO O PRANNA, ESTRUCTURA EN TUBO REDONDO CON PINTURA ELECTROSTATICA REF. 6002		74.000,00
1	ESCRITORIO RECEPCION CON DOS GAVETAS PEQUEÑAS, ESTRUCTURA EN AGLOMERADO ENCHAPADO EN MOHO COLOR NATURAL. REF. 104 MEDIDA : 1.63 x 0.50 x 0.73		182.000,00
1	ESCRITORIO SECRETARIA CON GAVETA Y CAJON ARCHIVADOR, TAPA ENCHAPADA EN FORMICA Y ESTRUCTURA ENCHAPADA EN MADEFILM		322.000,00

- PRECIOS ANTERIORES MAS 16% IVA
- FORMA DE PAGO : CONTADO
- TIEMPO DE ENTREGA : SEGÚN CANTIDAD
- VALIDEZ DE LA OFERTA : TREINTA (30) DIAS .

ATENTAMENTE,

HERMINDA JURADO U.
DPTO. COMERCIAL



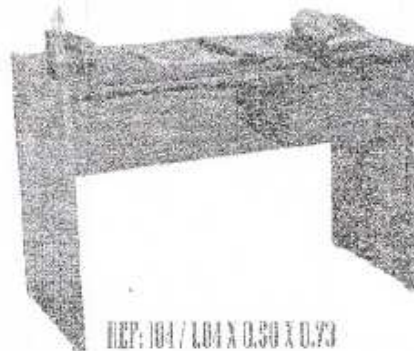
MUEBLES PARA OFICINA, DIVISIONES OFICINA ABIERTA,
ARCHIVO RODANTE



Diana S. B. (Sin tapizar)



Novita S. B.



Calle 35 No. 20-33 - Teles. 6304150 - 6304840 - Fax: (007) 6526918 - email: oficol@mudesaltde.com
Bucaramanga - Colombia



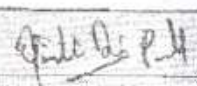
DIAIRES
Guillermo Díaz Pulido
NIT. 5.797.798-9

Carrera 3 No. 1-73 - Casa 25 Estancia Campestra
Teléfono 6400767 - Celular 310 2791017
Floridablanca - Colombia

SERVICIO DE MANTENIMIENTO
REPARACION E INSTALACION DE EQUIPOS
PARA AIRE ACONDICIONADO Y REFRIGERADO

6.760.724

COTIZACION Nº 0148

Cliente: <i>Claudia Garcia</i>		Fecha: <i>Julio 25/2008</i>	
Dirección: <i>Bucaramanga</i>		Teléfono: _____ Ciudad: _____	
CANT.	DESCRIPCION	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
<i>1/1</i>	<i>Suministro e instalación de un Equipo de aire acondicionado tipo mini split de 18.000 B.T.U. 220V. P22 REMSTAR - ONE - LINE</i>	<i>1620.000</i>	<i>1620.000</i>
Firma y sello del Cliente 		SUBTOTAL	<i>1620.000</i>
		IVA	<i>259200</i>
		TOTAL	<i>1879200</i>

NESTOR RUEDA V.
Arquitecto y diseños

Señor:

JORGE EDUARDO VELANDIA

E. S. M.

Ref.: **Presupuesto módulos para café Internet tipo oficina abierta.**

1. Módulos dobles con división de 1.50 H lateral y 1.20 H frontal plantillas en láminas MDF forrado en fórmica, color indicado con extensión para teclado y espacio para CPU y regulador de corriente.

Valor Unitario: \$ 1.300.000 x 5 unid. \$ 6.500.000.00

Atentamente,



NESTOR RUEDA V.

Mat. Prof. 08700-09701

Intecom Ltda. *Ingeniería y Tecnología en Computación*

Bucaramanga, Julio 4 del 2008

Señor
JORGE E VELANDIA
Ciudad

REF: COTIZACION

Cableado datos y energía para **(11)** computadores.

- * Configuración en red
- *- Cableado eléctrico
- *- Instalación atravez de Swith + Router con tomas individuales para datos y Energía.

Incluye mano de obra y materiales. No incluye instalación Polo a Tierra

VALOR \$ 1.500.000 + IVA

FORMA DE PAGO: CONTADO

Cordialmente,



RAFAEL HERNAN GOMEZ O.
Direc. Dpto Técnico

*Calle 36 No. 21 - 50 Piso 2 - PBX: 6330795 - Tels. 6803333 - 36-37-38 - Servicio Técnico: 6524843
intecom@intercable.net.co - Bucaramanga - Colombia*

Anexo H. Encuesta



OBJETIVO: Obtener información para determinar la factibilidad de la creación de un centro integral de comunicación en el sector el carrizal del municipio de Girón - Santander.

Nombre del encuestado _____ Ocupación _____

Barrio: _____ TEL. _____

Agradecemos su colaboración y objetividad en el diligenciamiento de la presente encuesta.

1. Marque con una X cuál de los siguientes servicios utiliza.

FAX		ALQUILER DE COMPUTADOR	
FOTOCOPIAS		SCANNER	
INTERNET		IMPRESIÓN	
TELEFONIA			

2. De acuerdo a los servicios seleccionados en el punto anterior, seleccione la frecuencia y cantidad de uso con la cuál los utiliza.

SERVICIOS	DIARIO		SEMANAL		QUINCENAL		MENSUAL	
	Frecuencia	Consumo	Frecuencia	Consumo	Frecuencia	Consumo	Frecuencia	Consumo
FAX (Hojas)								
FOTOCOPIAS (Hojas)								
INTERNET (Minutos)								
TELEFONIA MOVIL (Minutos)								
ALQUILER DE COMPUTADOR (Minutos)								
SCANNER (Minutos)								
IMPRESIÓN (Minutos)								

3. Marque con una X, los servicios que actualmente encuentra con facilidad en el sector de Carrizal.

FAX		ALQUILER DE COMPUTADOR	
FOTOCOPIAS		SCANNER	
INTERNET		IMPRESIÓN	
TELEFONIA			

4. Marque con una X cuál o cuáles de los siguientes productos de papelería utiliza habitualmente.

HOJAS RESMA		HOJAS DE CALCULO	
CARPETAS		BLOCKS	
LAPICEROS		CARTULINA	
BORRADORES		CUADERNOS	
PAPEL BOND		CINTA	
PORTAMINAS		SOBRES MANILA	
AGENDAS		CALCANTES	
ESCUADRAS		MINAS	
TIJERAS		MARCADORES	
COLBON		FACTURAS	
OTRO		Cuál _____	

Todos los productos señalados anteriormente _____

5. Aproximadamente, ¿cuánto gasta en papelería mensualmente?

Menos de \$2.000		Entre \$2.000 y 5.000	
Entre \$5.000 y 10.000		Mas de \$10.000	

6. Qué precios paga a las empresas que actualmente le prestan los servicios de comunicación y copiado que usted requiere?

SERVICIOS	PRECIOS			
	Entre \$800 y \$900	Entre \$900 y \$1.000	Mas de \$1000	
FAX (hoja)	Entre \$800 y \$900	Entre \$900 y \$1.000	Mas de \$1000	
FOTOCOPIAS (hoja)	Entre \$40 y \$60	Entre \$70 y \$80		
INTERNET (hora)	Entre \$900 y \$1000	Entre \$1000 y \$1.200		
TELEFONIA MOVIL (minuto)	Entre \$150 y \$200	Entre \$250 y \$300		
ALQUILER DE COMPUTADOR (hora)	Entre \$400 y \$600	Entre \$600 y \$800		
SCANNER (hoja)	Entre \$300 y \$400	Entre \$400y \$600		
IMPRESIÓN (hoja)	Entre \$80 y \$100	Entre \$100y \$150		

7. Marque con una X, Que le gustaría encontrar en un Centro de Comunicaciones

CARACTERISTICAS	MARQUE X	CARACTERISTICAS	MARQUE X
Atención personalizada		Amplias instalaciones	
Comodidad		Aire acondicionado	
Personal capacitado		Elementos de papelería	
Rapidez en la navegación de Internet		Horario adicional (6 p.m. – 10 p.m.)	
Buena iluminación		Cercanía a su lugar de vivienda	
Tranquilidad		Precios accequibles	
Promociones			

8. Si existiera un sitio que le ofreciera los servicios integrados de Comunicaciones, copiado y papelería en el sector el carrizal, estaría interesado en utilizar estos servicios?

SI_____

NO_____

9. Marque con una X el sector donde le gustaría estuviera ubicado el centro Integral de comunicación, copiado y papelería?}

UBICACIÓN	MARQUE X
EN LA ENTRADA DEL SECTOR EL CARRIZAL	
EN EL PARQUE PRINCIPAL DEL SECTOR	
EN MEDIO DE LOS CUATRO BARRIOS.	

Muchas gracias!!!!