

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE CONFERENCIAS
MULTIFUNCIONAL EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO (SUR DE BOLÍVAR)**

**YASSABELL MARTÍNEZ ACEVEDO
AURI ESTELA MARTÍNEZ CUELLO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER - UIS
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA – INSED
GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA
2006**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE CONFERENCIAS
MULTIFUNCIONAL EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO (SUR DE BOLÍVAR)**

**YASSABELL MARTÍNEZ ACEVEDO
AURI ESTELA MARTÍNEZ CUELLO**

**Proyecto presentado como requisito parcial para
optar el título de profesional en Gestión Empresarial.**

**Director
LUIS FERNANDO PINZÓN LÓPEZ
Economista Especialista en Proyectos**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER - UIS
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA – INSED
GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA**

2006

Texto de la dedicatoria

AURI Y YASSABELL, dedican este proyecto a Dios sobre todas las cosas, a sus amados esposos e hijos, a sus maravillosos padres, a sus hermanos, sobrinos, demás familiares y amigos, por su gran apoyo moral y económico. Todos ellos punto de apoyo vital para el logro de esta meta.

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Luis Fernando Pinzón López, Director del trabajo de grado, por sus valiosas orientaciones en el desarrollo del proyecto.

Alejandro Álvarez Gutiérrez, Ingeniero de Sistemas, Coordinador del INSED de Barrancabermeja, por su irrestricto apoyo y colaboración.

Los Catedráticos del programa Gestión Empresarial y de la Universidad Industrial de Santander.

Todas aquellas personas que en una u otra forma colaboraron en la realización de la presente factibilidad.

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Sitios actuales destinados a reuniones, conferencias, o seminarios.	23
Figura 2. Valoración de la comodidad de los sitios donde ha asistido.	24
Figura 3. Características de los sitios actuales.	25
Figura 4. Apoyo de la población encuestada para la organización de un salón de conferencia multifuncional.	26
Figura 5. Consideración de los encuestados frente a la utilidad del salón de conferencia multifuncional.	27
Figura 6. Lugar de realización de eventos.	30
Figura 7. Funcionalidad del sitio actual.	31
Figura 8. Precio pagado.	32
Figura 9. Opinión sobre la creación de un salón multifuncional en San Pablo.	33
Figura 10. Tiempo y periodicidad requerido por el salón.	34
Figura 11. Sugerencias.	35
Figura 12. Canal de comercialización.	41
Figura 13. Logotipo de la empresa.	42
Figura 14. Flujograma del proceso de la prestación del servicio de alquiler de salón multifuncional con equipos audiovisuales.	53
Figura 15. Estructura organizacional de MULTISERVICIOS LTDA.	64

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cuestionario encuesta.	100
Anexo B. Cuestionario censo.	102
Anexo C. Empresas censadas.	104
Anexo D. Cotizaciones varias.	106
Anexo E. Macrolocalización.	120
Anexo F. Microlocalización.	122
Anexo G. Distribución de planta.	124

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha técnica para la población de San Pablo.	21
Cuadro 2. Sitios actuales destinados a reuniones, conferencias, o seminario.	23
Cuadro 3. Valoración de la comodidad de los sitios donde ha asistido.	24
Cuadro 4. Características de los sitios de asistencia	25
Cuadro 5. Apoyo de la población para la organización de un salón de conferencia multifuncional	26
Cuadro 6. Consideración de los encuestados frente a la utilidad del salón.	27
Cuadro 7. Ficha técnica del proyecto (censo).	29
Cuadro 8. Lugar de realización de eventos.	30
Cuadro 9. Funcionalidad del sitio actual.	31
Cuadro 10. Precio pagado.	32
Cuadro 11. Opinión sobre la creación de un salón multifuncional en San Pablo.	33
Cuadro 12. Tiempo y periodicidad requerido para el salón.	34
Cuadro 13. Sugerencias.	35
Cuadro 14. Proyección de la demanda del salón en horas del 1 al 5 año.	38
Cuadro 15. Determinación de la demanda insatisfecha del salón en horas del 1 al 5 año.	40

	Pág.
Cuadro 16. Presupuesto publicidad de lanzamiento.	44
Cuadro 17. Presupuesto publicidad de operación.	45
Cuadro 18. Capacidades del proyecto.	50
Cuadro 19. Evaluación ubicación según el método cualitativo	52
Cuadro 20. Ficha técnica del servicio.	53
Cuadro 21. Mano de obra del proyecto.	56
Cuadro 22. Posibles proveedores.	57
Cuadro 23. Asignación Salarial Mensual.	71
Cuadro 24. Muebles y enseres. (pesos constantes).	71
Cuadro 25. Equipos para el salón (pesos constantes)	72
Cuadro 26. Inversión fija (pesos constantes).	72
Cuadro 27. Inversión diferida. (pesos constantes).	73
Cuadro 28. Mano de obra directa. (pesos constantes).	73
Cuadro 29. Depreciación.	73

Cuadro 30. Costos del servicio.	74
Cuadro 31. Mano de obra indirecta	75
Cuadro 32. Gastos de administración	75
Cuadro 33. Capital de trabajo	76
Cuadro 34. Inversión total del proyecto	76
Cuadro 35. Fuentes de financiación.	76
Cuadro 36. Financiación	77
Cuadro 37. Balance inicial momento cero. (pesos constantes)	77
Cuadro 38. Clasificación de los costos fijos	78
Cuadro 39. Costos variables	78
Cuadro 40. Clasificación de los costos	78
Cuadro 41. Ingresos proyectados. (pesos constantes)	79
Cuadro 42. Egresos proyectados. (pesos constantes)	80
Cuadro 43. Estado de resultados	82
Cuadro 44. Flujo de caja	83
Cuadro 45. Balance general consolidado	84
Cuadro 46. Razones Financieras	86
Cuadro 47. Valores presentes de la inversión	88
Cuadro 48. Período de recuperación.	89

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. GENERALIDADES	1
1.1 ASPECTOS HISTÓRICOS Y GEOGRÁFICOS DE SAN PABLO	1
1.1.1 Aspectos históricos.	1
1.1.2 Aspectos geográficos.	2
1.2 ANTECEDENTES DE SALONES MULTIFUNCIONALES	4
1.2.1 Las técnicas audiovisuales de enseñanza.	4
1.2.2 Manejo del equipo audiovisual.	6
1.2.3 Los proyectores de cine.	7
1.2.3.1 Sistema de proyección.	7
1.2.3.2 Sistema transportador de la película.	7
1.2.3.3 Grabadoras.	7
1.2.4 Proyectores de transparencias y de filminas.	7
1.2.5 Imágenes impresas en papel.	9
1.2.6 Las diapositivas.	9
1.2.7 Los montajes audiovisuales.	10
1.2.8 Audioconferencia.	10
1.3 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR DE SALONES MULTIFUNCIONALES	14
1.4 EVOLUCIÓN DEL SECTOR	15
1.5 ASPECTO LEGAL	16

	Pág.
2. ESTUDIO DE MERCADOS	18
2.1 OBJETIVOS	18
2.1.1 General.	18
2.1.2 Específicos.	18
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	18
2.2.1 Usos y especificaciones del servicio.	18
2.2.2 Servicios complementarios.	18
2.2.3 Servicios sustitutos.	18
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.	19
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.	19
2.3.1 Mercado potencial.	19
2.3.2 Mercado objetivo.	19
2.4 LA DEMANDA	19
2.4.1 Investigación de mercados.	19
2.4.1.1 Planteamiento del problema.	19
2.4.1.2 Necesidades de información.	20
2.4.1.3 Ficha Técnica del proyecto.	21
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	23
2.4.1.4.1 ANÁLISIS DE ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN	23

	Pág.
2.4.1.4.2 ANÁLISIS DEL CENSO REALIZADO A INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y EMPRESARIALES	29
2.4.2 Estimación de la demanda.	36
2.4.2 Evolución histórica de la demanda del servicio.	37
2.4.4 Proyección de la demanda.	37
2.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA OFERTA	38
2.5 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA, DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	39
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	39
2.7.1 Estructura actual de los canales.	39
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.	39
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.	39
2.8 PRECIO	41
2.8.1 Estrategias de fijación de precios.	41
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	41
2.9.1 Objetivos.	41
2.9.2 Logotipo de la empresa.	41

	Pág.
2.9.3 Lema de la empresa.	42
2.9.4 Análisis de medios publicitarios.	42
2.9.5 Selección de Medios.	43
2.9.6 Estrategias Publicitarias.	43
2.9.6.1 De lanzamiento.	43
2.9.6.2 De operación.	43
2.9.7 Presupuesto para la publicidad y la promoción.	44
2.9.7.1 De lanzamiento.	44
2.9.7.2 De operación.	44
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	45
3. ESTUDIO TÉCNICO	47
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	47
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	47
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.	47
3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda.	47
3.1.2.2 Disponibilidad de suministros e insumos.	48
3.1.2.3 Tamaño y recurso humano.	48
3.1.2.4 Tamaño y disponibilidad de tecnología y equipos.	48
3.1.3 Capacidad del proyecto.	48

	Pág.
3.1.3.1 Capacidad diseñada.	48
3.1.3.2 Capacidad instalada.	49
3.1.3.3 Capacidad utilizada.	49
3.2 LOCALIZACIÓN	50
3.2.1 Macrolocalización.	50
3.2.2 Microlocalización.	50
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	53
3.3.1 Ficha técnica del servicio.	53
3.3.2 Descripción técnica del proceso.	53
3.3.3 Diagrama del proceso.	53
3.3.4 Control de calidad.	56
3.3.5 Recursos.	56
3.3.5.1 Recurso humano.	56
3.3.5.2 Recurso físico.	57
3.3.5.3 Recurso de insumos.	57
3.3.5.4 Estudio de proveedores.	57

	Pág.
3.3.5 Distribución de planta.	57
3.3.6 Logística de distribución.	57
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	58
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	59
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	59
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	61
4.2.1 Visión.	61
4.2.2 Misión.	61
4.2.3 Objetivos Empresariales.	62
4.2.4 Políticas Empresariales.	62
4.2.4.1 Personal.	62
4.2.4.2 Compras.	63
4.2.4.3 Ventas.	63
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	63
4.3.1 Organigrama.	63

	Pág.
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	63
4.3.3 Asignación salarial.	71
5. ESTUDIO FINANCIERO	71
5.1 INVERSIONES	71
5.1.1 Inversión fija.	71
5.1.1.1 Muebles y enseres.	71
5.1.1.2 Equipos de oficina.	72
5.1.1.3 Total inversión fija.	72
5.1.2 Inversión diferida.	72
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.	73
5.1.3.1 Costos del servicio.	73
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas.	74
5.1.3.3 Total de inversión de capital de trabajo.	75
5.1.3.4 Resumen de la inversión total del proyecto.	76
5.1.4 Fuentes de financiación.	76
5.1.4.1 Recursos propios.	76
5.1.4.2 Recursos del crédito.	77
5.1.5 Balance inicial momento cero.	77
5.2 COSTOS	78

	Pág.
5.2.1 Costos fijos.	78
5.2.2 Costos variables.	78
5.2.3 Costos totales.	78
5.2.4 Precio de venta.	79
5.3 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS Y EGRESOS	79
5.3.1 Ingresos proyectados.	79
5.3.2 Egresos proyectados	80
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	80
5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	82
5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	82
5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)	83
5.8 CÁLCULO DE LAS RAZONES FINANCIERAS	84
5.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	85
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	86
6.1 IMPACTO SOCIAL	86
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	88
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	88

	Pág.
6.3.1 Valor Presente Neto VPN.	88
6.3.1 Tasa interna de retorno TIR.	89
6.3.2 Período de recuperación.	89
6. CONCLUSIONES	90
6.1. RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXOS	99

RESUMEN

1. TITULO

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALON DE CONFERENCIAS MULTIFUNCIONAL EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO (SUR DE BOLÍVAR) *

2. AUTORES

Auri Estela Martínez Cuello
Yassabell Martínez Acevedo**

3. PALABRAS CLAVES

SALON
MULTIFUNCIONAL
AUDIOCONFERENCIA
AUDIOVISUALES
CAPACITACIÓN
CONFERENCIAS

4. DESCRIPCION

Este proyecto contempla la creación de un salón de conferencias multifuncional, dotado de equipos audiovisuales para la capacitación del recurso humano de instituciones educativas y empresariales, así como de la comunidad en general, para lo cual se realiza una investigación de mercados exploratoria-descriptiva, con un método inductivo aplicando como instrumento de recolección de la información el cuestionario de forma directa; la información recolectada se toma como base para la elaboración de los estudios técnico, administrativo, financiero, evaluación social y ambiental.

Con la creación del salón de conferencias multifuncional en San Pablo, se pretende impulsar las actividades de capacitación con la utilización de medios audiovisuales de tal forma que se pueda establecer a través de audioconferencias, para mejorar la calidad educativa de la comunidad de San Pablo y por ende su calidad de vida.

La inversión para la puesta en marcha del salón es de \$81.050.000 aportados con recursos propios de sus socios \$56.050.000 y recursos del crédito de \$25.000.000. Analizado los costos fijos y variables la empresa obtiene un punto de equilibrio con unos ingresos de 477 horas al año. La actividad presenta un valor presente neto positivo y una rentabilidad del 32.08%, aspectos que permiten concluir que es viable el proyecto; y atractivo para los inversionistas.

* Proyecto de Grado.

** Instituto de Educación a Distancia INSED, Gestión empresarial. Luis Fernando Pinzón López.

SUMMARY

1. I TITLE

FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A MULTI-FUNCTIONAL LIVING ROOM OF CONFERENCES IN THE MUNICIPALITY OF SAN PABLO (SOUTH DE BOLIVAR) *

2. AUTHORS

Auri Estela Martínez Neck
Yassabell Martínez Acevedo * *

3. KEY WORDS

LIVING ROOM
MULTI-FUNCTIONAL
AUDIOCONFERENCIA
AUDIOVISUAL
TRAINING
CONFERENCES

4. DESCRIPTION

This project contemplates the creation of a multi-functional living room of conferences, endowed with audiovisual teams for the training of the human resource of educational and managerial institutions, as well as of the community in general, for that which is carried out an exploratory-descriptive investigation of markets, with an inductive method applying like instrument of gathering of the information the questionnaire in a direct way; the gathered information takes like base for the elaboration of the studies technician, administrative, financial, social and environmental evaluation.

With the creation of the multi-functional living room of conferences in San Pablo, it is sought to impel the training activities with the use of audiovisual means in such a way that can settle down through audioconferencias, to improve the educational quality of San Pablo's community and for ende their quality of life.

The investment for the beginning of the hall of \$81.050.000 is contributed with own resources of its partners \$56.050.000 and resources of the credit of \$25.000.000. Analyzed variable the fixed costs and the company obtains a point of balance with income of 477 hours to the year. The activity presents/displays a value present net positive and a yield of the 32,08%, aspects that allow to conclude that the project is viable; and attractive for the investors.

* Project of Grade.

** Institute of Education at Distance INSED, managerial Administration. Luis Fernando Pinzón López.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento poblacional que a nivel mundial, nacional y regional se está presentado, a través de los años, hace que cada día el ser humano idee formas para un mejor vivir dentro de las que se encuentran la alimentación, la vivienda, el vestido, recreación y la optimización de sus conocimientos. Por ello, no sólo se ha dedicado a la continua capacitación de sus generaciones sino que ha abierto nuevos espacios para ello, como lo son ampliar los salones de estudio y formar salones multifuncionales; con el fin de agrupar un mayor número de personas y dotado con la tecnología a la vanguardia de la educación como son los medios audiovisuales.

Es pues, este el punto de partida del presente proyecto que queriendo brindarle a San Pablo la oportunidad de contar con un salón de reuniones especiales y eventos sociales ha realizado la investigación, buscando conocer la viabilidad del mismo; estudio que se presenta en este trabajo, el cual consta de seis capítulos, basados en el marco de la factibilidad, que comprende:

Un primer capítulo, de generalidades mostrando los antecedentes del sector, el contexto geográfico en que se enmarca el proyecto y su marco legal.

Asimismo, se elabora un estudio de mercados, buscando conocer la demanda, la oferta, el mercado potencial, objetivo, los canales actuales de comercialización, la publicidad y promoción a implementar.

Conocido el mercado se procede a, técnicamente, montar la empresa teniendo en cuenta la capacidad de la empresa, los recursos que necesita, atendiendo a la descripción del proceso del servicio, ubicación, distribución de la planta y la logística de esta distribución.

Con el conocimiento de los requerimientos técnicos, se analiza la forma de montar la empresa, el tipo de sociedad, la estructura administrativa, con los perfiles para el logro de un óptimo desarrollo organizacional.

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

Como parte final el documento presenta la viabilidad del proyecto, las conclusiones que surgen del trabajo realizado y las recomendaciones a tener en cuenta en la puesta en marcha del salón.

1. GENERALIDADES

1.1 ASPECTOS HISTÓRICOS Y GEOGRÁFICOS DE SAN PABLO

1.1.1 Aspectos históricos. La historia de San Pablo data de los tiempos coloniales y desde esa época ha recorrido diferentes momentos desde que era un humilde caserío hasta el municipio que es hoy, configurado a partir de un generalizado proceso de colonización que se hace intenso a partir de la década de 1950 y que aún no termina.

San Pablo es, en la actualidad, un espacio social de colonización. Es, en el Magdalena Medio, la población que todavía conserva la presencia dominante de colonos que en calidad de campesinos se han incorporado a su territorio dotándolo de características singulares; una de ellas, la más relevante, es la coexistencia de pobladores provenientes de diferentes regiones y culturas del país siendo la santandereana la más notable. Otra característica es que no se ha dado en él un conflicto en torno a la tierra, es decir, allí no ha confluído la presencia traumática de los intereses terratenientes que entren a disputarle las tierras mejoradas a los campesinos colonos.

Por ser un municipio tan extenso, ha generado la dispersión de la gente creando 'problemas de deterioro de los recursos naturales y pequeños asentamientos aislados sin ningún servicio.

La tarea de recuperación histórica y cultural de la localidad de San Pablo ha sido articulada en torno a la fuente oral principalmente. El acceso a otras fuentes como documentos escritos es imposible debido a que no existen archivos locales organizados. Aunque suene atrevido decir, no los hay porque se les ha dispersado en manos de particulares que fueron antes sus administradores o sencillamente no se les cuidó y el tiempo y las condiciones climáticas los destruyeron. Valdría la pena buscar toda la información y organizarla tomando como base los archivos de Cartagena y Simití. Así se hace necesario crear conciencia de la importancia de esta tarea de recuperación de tan importantes fuentes documentales.

San Pablo reconocido como municipio a partir del 23 de octubre de 1968.¹

¹ PLAN NACIONAL DE REHABILITACIÓN (PNR), INSTITUTO COLOMBIANO DE CULTURA (COLCULTURA). Universidad de Antioquia. Departamento de Historia. Historia y Cultura en la región del Magdalena Medio. Medellín 1991. p. 360.

San Pablo tiene la cara puesta al río Magdalena, el que le quita a golpes de corriente pedazos de tierra civilizada; esta persistencia de las aguas se ha devorado ya más de una calle. A su espalda tiene la belleza extensa de un sistema de ciénagas y una visión de la serranía de San Lucas que envidiaría cualquier urbanista para sembrar una ciudad soñada. Pero hacia allá nadie mira. El interés se concentra en su área central de almacenes y bares, agitada por el denso ruido que acompaña la cotidianidad, al cual ya se acostumbraron todos. Siempre hay carros y motos atravesando las rectilíneas calles dispuestas por geómetras para el segmento plano ocupado por escuelas, casas, oficinas y otras construcciones, cuya máxima altura alcanza los dos pisos. Los demás es una invitación abierta a imaginar y diseñar un espacio verde y feliz en el cual establecer a los hombres cuando decidan quererse y disfrutar su entorno.

Es una población de niños y jóvenes. Los hay por montones mezclados en tonalidades culturales como es propio de lugares en donde se entre cruzan los caminos de colonos, viajeros y desplazados de las mil violencias colombianas. Es una comunidad en formación como municipio desde 1968, que apenas empieza a encontrarse y a modelar su identidad y que tiene en sus corregimientos y veredas una mina principal de futuro.

Esta juventud tiene el desafío de romper el fatídico círculo vicioso del dinero fácil y las costumbres disolutas producto de la coca y la misión de encontrar lenguajes creativos para superar la desconfianza y el miedo².

1.1.2 Aspectos geográficos. San Pablo, municipio ubicado al sur del departamento de Bolívar, en la margen Izquierda del río Magdalena, con una distancia de 15 kilómetros del municipio de Cantagallo (Bolívar), 17 kilómetros del municipio de Puerto Wilches (Santander); 90 kilómetros de Barrancabermeja (Santander); 230 kilómetros de Bucaramanga; y a 576 kilómetros de la capital de la República. Territorialmente ocupa hacia el occidente un alto porcentaje de la serranía de San Lucas, principal sistema orográfico de la región de Bolívar. Su posición geográfica es de 7° 09'00" de longitud norte, 75° 56'00" de longitud oriente. Tiene una altura sobre el nivel del mar de 75 metros³.

² UNIVERSIDAD JAVERIANA. Memorias técnicas Consultoría Colombiana. Instituto Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá. 2002. p. 360 –362.

³ *Ibíd.* p. 362.

Limita al norte con el municipio de Simití, al sur con el municipio de Cantagallo, al oriente con el municipio de Puerto Wilches (Santander) y al occidente con el departamento de Antioquia.

Actualmente se encuentran inscritas 75 veredas con sus respectivas juntas comunales y 11 corregimientos que son: Vallecito, Canaletal, Santo Domingo, Socorro, Carmen del Cucú, Pozo Azul, Cerro Azul, Villa Nueva, Cañabral, Agua Sucia y la Virgencita.

Su topografía es generalmente ondulada, presentando alturas correspondientes a las Serranías de San Lucas y Santo Domingo al noroccidente. Al oriente sus tierras son lajas, cenagosas, ribereñas.

Sus límites son: al norte con el municipio de Simití, al sur con Cantagallo, al occidente con la serranía de San Lucas, al oriente con el río Magdalena.

Su distancia de Cartagena la capital de departamento, es de 576 Km.

San Pablo posee a lo largo y ancho de todo su territorio una enorme riqueza vegetal y animal. La mayoría de este patrimonio natural se encuentra ubicado en las selvas que rodean las Serranías de Santo Domingo, San Lucas y en buen número de ciénagas aledañas a la ribera del río Magdalena.

Este Municipio ha incrementado su densidad poblacional en la cabecera municipal a causa de las migraciones campesinas y desplazadas por la violencia del área rural y personas emprendedoras que han encontrado, en la localidad, una posibilidad de crecer económicamente. Actualmente cuenta con una población de aproximadamente de 39.598 habitantes en toda su jurisdicción, de los cuales el 53% vive en la cabecera municipal y el 47% en el sector rural, con una tasa de crecimiento promedio anual del 5%.

Actualmente, con las condiciones climáticas en la zona, el Municipio de San Pablo alcanza niveles de temperatura de aproximadamente 37° a 38°C y una inestabilidad de la energía eléctrica.

Cuenta en la zona urbana con 19 instituciones educativas, de las cuales, 9 son escuelas de preescolar, 7 son de básica primaria y 3 son colegios de secundaria.

De forma representativa se encuentra la Alcaldía Municipal, el hospital San Pablo, el Banco Agrario y las siguientes empresas:

- Palmas del Sur.
- Palmeros asociados.
- Yuquera.
- Salvagro.
- Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM).
- Cootrafluviales.
- Transportadora San Pablo.
- Cootrachoferes.
- Asociación de madres comunitarias.
- Autoservicio Mantilla.
- Comerciantes unidos.
- Colegios-cuentos.

1.2 ANTECEDENTES DE SALONES MULTIFUNCIONALES

La forma de educación a través de los tiempos, ha pasado por etapas iniciando con las clases presénciales en escuelas colegios y universidades, donde se abordaba el conocimiento del maestro al alumno, el cual ha pasado por un proceso evolutivo, de la utilización del tablero y la tiza, el tablero acrílico y el marcador borrable, clases con ayudas de afiches de geografía, periódicos, textos guías para cada materia, entre otros; hasta llegar al manejo de equipos audiovisuales como el proyector de acetatos, filminas, el uso de computadores portátiles, manejo de DVD, diapositivas entre los más utilizados; ofreciendo la oportunidad a la educación de contar con nuevos elementos de mediación pedagógica, utilizado también en las diversas entidades, empresas y hasta colegios que emplean salones especiales para agrupar un mayor número de personas para darles una información o capacitación con la presencia de equipos de computo, proyectores, planta de sonido, en fin, buscar conformar lo que es un salón multifuncional tanto para conferencias y eventos especiales.

Por tal motivo, se presentan el marco que antecede este tipo de salones, como lo son el vínculo de la tecnología en los programas audivosuales.

1.2.1 Las técnicas audiovisuales de enseñanza. El siglo XX ve afirmarse, cada día más el triunfo de las ciencias y de las técnicas, que trastornan las condiciones de vida de la humanidad. Dentro de los límites de una generación, la evolución es fulminante y sin comparación con la que antes exigió, sin embargo, centenares o millares de años⁴.

⁴ BROWN, Lewis. Audio-visual Instruction: materials and methods. Mc Graw Hill. 1964, p. 36

Con mayor o menor éxito, con mayor o menor retraso, todos los grandes dominios de la actividad humana (industria, transporte, agricultura, medicina, información, etc) han sabido sacar provecho de estos continuos descubrimientos. Causa sorpresa comprobar que los métodos de educación han sido, hasta hoy, poco afectados por esta corriente de evolución, a tal punto que, en muchos países difieren poco de los que ya se aplicaban hace varios siglos.

De lo anterior, se puede particularizar diciendo que así como el campesino, también reticente, debe adaptarse, si quiere sobrevivir, a las condiciones de la vida económica moderna, el educador ha de cambiar su concepción de las relaciones vida-escuela, a fin de no correr el peligro de ser dejado pronto atrás y abandonado. Para ello dispone, felizmente, de los instrumentos necesarios, que se ha convenido en llamar medios audiovisuales, forma escolar de los medios de comunicación de masa, cuya eficacia está comprobada en el triple dominio de la información, de la publicidad y de la propaganda⁵.

Hasta la segunda guerra mundial, esos diversos recursos (con excepción de los más recientes, como los que introdujeron la televisión y el grabador) fueron utilizados, a menudo, en forma experimental en muchos sistemas escolares. Durante la guerra, por imperio de la necesidad, varios países beligerantes debieron recurrir a ellos, con frecuencia de mal grado, en bloque y sistemáticamente. El éxito respondió a sus esperanzas. Las técnicas audiovisuales permitieron, en efecto, formar rápida y eficazmente a los millones de obreros y soldados que la situación exigía. Ellas contribuyeron tanto a la formación intelectual como la manual.

Una vez restablecida la paz, varios equipos de educadores de distintos países se pusieron a trabajar y trataron de determinar en qué condiciones la educación escolar podía sacar provecho de esta experiencia muy pragmática, adquirida en una situación de urgencia. Sin esperar los resultados de sus pacientes investigaciones, la mayoría de los países técnicamente desarrollados equiparon en bloque las escuelas con aparatos audiovisuales. Por otra parte, con demasiada frecuencia, este esfuerzo por equiparlas precedió a la formación metodológica de los maestros.

La introducción de la máquina en el siglo XX es un símbolo de reciente adaptación de la escuela a ciertas condiciones de la vida moderna. Gracias a

⁵ ibid, p. 38

las imágenes visuales y sonoras, gracias a las síntesis audiovisuales que superan la etapa elemental de la imagen, constantemente buscada por los buenos maestros, entra en una fase de activa elaboración.

Las técnicas audiovisuales permiten proceder en forma análoga, pero más sistemática y metódicamente. Con mayor razón, la producción de documentos audiovisuales más complejos es el fruto de una selección colectiva y continua. Ciertos apóstoles de las técnicas audiovisuales se basan en eso para afirmar que, gracias al perfeccionamiento constante de estas mismas técnicas (pantalla grande, color, relieve, sonido estereofónico, etc), cada día nos acercamos más al momento en que será posible "reproducir la realidad".

En efecto, las diversas técnicas audiovisuales son complementarias y es necesario, en el límite del equipamiento, recurrir a las posibilidades intrínsecas de cada una de ellas.

De esta forma, la evolución creciente demuestra no solo en los países desarrollados sino en Colombia, que la utilización eficaz de las técnicas audiovisuales exige personas con calidad que hayan recibido una formación apropiada. En pedagogía son importantes estas herramientas, pues permiten una mejor adaptación del alumno hacia su entorno y un mayor nivel de educación al uso de los mismos.

Las diversas técnicas audiovisuales pueden aportar, oportunamente, una preciosa ayuda. De igual forma, ofrecen medios de acción para "sensibilizar" al alumno con respecto a un problema⁶.

Dando crédito al anterior marco, en San Pablo y la región que la rodea, es necesario que existan estas herramientas para contribuir a elevar el nivel educativo de las personas que no ha llegado al grado de competencias requerido para que la calidad de los educandos sea de mayor alcance para futuras oportunidades de ingreso a nivel profesional y laboral.

1.2.2 Manejo del equipo audiovisual. Muchos medios de enseñanza requieren el uso de equipos de apoyo audiovisual el cual debe ser operado por personal capacitado, ya que dichos equipos requieren de un buen

⁶ COPPEN, Helen. Las técnicas audiovisuales. Al servicio de la enseñanza. Editorial el Ateneo, Buenos Aires, 1978, p. 120

funcionamiento para la eficiencia en la prestación del servicio. Los equipos audiovisuales generalmente son fáciles para operar, sin embargo es aconsejable asignar el manejo de estos a personas idóneas.

La educación audiovisual es de vital importancia, debido a los avances de la cinematografía, los profesores, educadores y conferencistas comenzaron a utilizar materiales audiovisuales como una ayuda para hacer llegar a los estudiantes, de una forma más directa, las enseñanzas más complejas y abstractas, poniéndose de manifiesto que este tipo de método de enseñanza es una valiosa fuente de instrucción, para la capacitación a grandes cantidades de población en breves espacios de tiempo.

1.2.3 Los proyectores de cine. Encierran una combinación de tres sistemas interdependientes: el de proyección, el transportador de la película y el sonido⁷.

1.2.3.1 Sistema de proyección. En el equipo audiovisual se usan tres sistemas básicos de proyección: proyección directa, indirecta y reflejada. El proyector de películas utiliza un sistema de proyección directa; esto significa que la luz se dirige en línea recta desde la lámpara hasta la pantalla. Sus funciones son:

- Reflector: proyecta la luz sobre la pantalla.
- Lámpara de proyección: es la fuente de luz.
- Lentes condensadores: concentran uniformemente la luz sobre el área total de apertura.
- Apertura: regula el tamaño y la forma del área que atraviesa la luz.
- Lentes de proyección: sirven para enfocar la imagen proyectada sobre la pantalla.

1.2.3.2 Sistema transportador de la película. Se encarga de conducir la película a través del aparato. Este proceso es más preciso y encierra más detalles de los que uno pudiera imaginar. Para que no se distorsione el sonido, la película debe moverse con suavidad y a velocidad constante.

1.2.3.3 Grabadoras. Se usan en la clase para presentar materiales grabados con anterioridad, para realizar grabaciones en vivo y para exposición de conjuntos de enseñanza individualizada que incluyan instrucciones verbales. Independientemente de sus precios, todas las grabadoras de cinta realizan el mismo trabajo: convertir sonidos en impulsos

⁷ PEREIRA DE GÓMEZ, María Nieves. Educación personalizada. Editorial Trillas. México, 1985, p. 56

magnéticos que son registrados en cinta magnética. Las grabadoras “leen” los patrones magnéticos sobre la cinta y vuelven a convertirlos en sonido.

1.2.4 Projectores de transparencias y de filminas. Las transparencias son gráficos, fotografías y esquemas impresos o fotocopiados sobre unas hojas transparentes de acetato, normalmente de tamaño DINA4, pero también en formato de rollos continuos, que se pueden proyectar sobre una pantalla mediante el retroproyector o proyector de transparencias⁸.

El proyector de transparencias o retroproyector es un aparato relativamente barato y muy fácil de utilizar que aparece en la década de los 40 y constituye el único aparato audiovisual diseñado específicamente para la educación.

Como es un aparato relativamente pesado (aunque también hay proyectores portátiles mucho más manejables) conviene que esté situado permanentemente en las salas de gran grupo, ya que su traslado resulta incómodo. Su emplazamiento habitual será la mesa del profesor y tendrá el cabezal proyector dirigido hacia la parte de la pizarra sobre la que se haya extendido la pantalla.

Ventajas que comporta su uso:

- Las transparencias permiten proyectar sobre una pantalla esquemas e imágenes grandes y brillantes que ilustran, documentan y refuerzan las explicaciones.
- Las imágenes y los esquemas atraen la atención de los estudiantes y aumentan su motivación.
- Constituyen un medio idóneo para enseñanza a grandes grupos.
- La sala de proyección puede estar iluminada, de manera que facilita la toma de apuntes y la participación del auditorio.
- Se pueden facilitar fotocopias de las transparencias en papel a los estudiantes.
- El conferencista puede mantenerse de cara a los estudiantes durante sus explicaciones y al colocar las transparencias en el retroproyector. No debe darles la espalda como ocurre al utilizar la pizarra. Esto mejora la comunicación.
- Ayudan al profesor o ponente, actuando como recordatorio de los principales temas que debe tratar.

⁸ Disponible en Internet: <<http://dewey.uab.es/pmarques/mav.html>>

- Se pueden emplear para apoyar la socialización o construcción de conocimiento en cualquier tema y nivel educativo.
- El proyector resulta fácil de utilizar.
- La elaboración de transparencias resulta muy sencilla y además existen diversas colecciones de transparencias en el mercado, creadas por las editoriales, que abarcan muchos aspectos educativos.
- Aunque las transparencias normalmente se llevan preparadas, también se pueden elaborar sobre la marcha, utilizando el sistema proyector-pantalla como pizarra luminosa.

1.2.5 Imágenes impresas en papel. Los documentos, fotografías, dibujos y textos en general, impresos sobre un papel (periódicos, revistas, libros, postales...) también pueden proyectarse directamente sobre una pantalla mediante el *opascopio* o proyector de cuerpos opacos.

El proyector de cuerpos opacos. El proyector de cuerpos opacos u *opascopio* es un recurso costoso, pesado y voluminoso que, debido a su baja luminosidad (ya que proyecta una imagen previamente reflejada) exige un notable oscurecimiento de la sala, y que por todo ello *se utiliza poco*.

Al igual que el proyector de transparencias conviene que esté situado permanentemente en la sala de gran grupo ya que es un aparato pesado de difícil transporte.

1.2.6 Las diapositivas. Las diapositivas, elaboradas fotográficamente o manualmente sobre hojas transparentes de papel vegetal o de acetato, se proyectan mediante el diascopio o proyector de diapositivas⁹.

El proyector de diapositivas. El proyector de diapositivas o diascopio es un aparato relativamente barato y muy fácil de utilizar que puede encontrarse en todos los centros educativos.

Resulta más manejable que los proyectores de transparencias y de cuerpos opacos, ya que su peso y su volumen son más reducidos. Su emplazamiento habitual, para obtener imágenes grandes, estará a varios metros de distancia de la pantalla de proyección.

Ventajas e inconvenientes que comportan su uso:

- Las diapositivas permiten proyectar sobre una pantalla imágenes grandes y brillantes. Resultan especialmente útiles para las situaciones en las que se

⁹ Disponible en Internet: <www.gestiopolis.com>

quiere dar soporte visual a las explicaciones mediante la presentación de imágenes fotográficas.

- Las imágenes atraen la atención de los estudiantes y aumentan su motivación.
- Exige el oscurecimiento de la sala de proyección, lo que dificulta la participación de los estudiantes y la posibilidad de tomar apuntes.
- Se pueden emplear con cualquier tema y nivel educativo.
- El proyector resulta fácil de utilizar.
- En el mercado editorial se pueden encontrar colecciones de diapositivas sobre todo tipo de temáticas educativas. Además se pueden obtener diapositivas con una sencilla cámara fotográfica.

1.2.7 Los montajes audiovisuales. Compaginan la proyección de diapositivas con la audición sincronizada de música y explicaciones a través de un cassette.

La sincronización se puede hacer de manera manual o automáticamente con determinados dispositivos.

El resultado puede ser similar (aunque sin incluir elementos como las animaciones y el vídeo) al que se puede obtener con un sistema para la proyección de diapositivas informatizadas, que también constituyen montajes audiovisuales¹⁰.

1.2.8 Audioconferencia. En la actualidad, las instituciones educativas utilizan una gran variedad de recursos para apoyar el aprendizaje, esto es más apreciado cuando se trata de la educación en *modalidades no convencionales*, que se operan cada vez con mayor frecuencia; ello ha posibilitado el atender a un creciente número de estudiantes que anteriormente no tenían acceso a la educación presencial.¹¹

Al hablar de modalidades no convencionales, nos referiremos en particular a la *educación a distancia*, la cual ha permitido una mayor cobertura educativa, frente a la alarmante carencia de espacios áulicos. Tradicionalmente, en educación se requería plena coincidencia espacio-temporal de profesor, alumno y contenido. En el contexto actual, las modalidades de educación *abierta* y *a distancia* se han constituido en una innovación en las que esta

¹⁰ Disponible en Internet: <www.google.com.co/equipos_audiovisuales>

¹¹ *Ibíd.*

coincidencia no es indispensable, ya que ésta puede ser sólo *espacial* o sólo *temporal*, o incluso puede no haber coincidencia espacio-temporal.

La educación a distancia se caracteriza por la separación geográfica, la no coincidencia espacial (o sea la no presencialidad de quienes participan en el proceso de enseñanza-aprendizaje), por lo que el uso de los medios de comunicación y los avances tecnológicos cobran una importancia vital como recursos en esta modalidad educativa.

El tipo de medio depende, por lo general, de los recursos de que disponga la institución y la capacitación que para su uso tengan sus docentes. No es difícil encontrarlos, en los planteles escolares, con tecnologías subutilizadas por falta de interés del personal o falta de entrenamiento para su adecuado uso; por ello, deben buscarse recursos educativos tecnológicos que estén al alcance de los presupuestos y que no impliquen adiestramientos prolongados.

Es importante tener presente que, el proceso enseñanza-aprendizaje puede perder su carácter interpersonal cuando la relación maestro-alumno se hace débil, al utilizarse medios electrónicos para lograr una educación masificada o masificadora, en la que el estudiante es sólo un código, un número... y que recibe una instrucción basada en sistemas mecanizados de enseñanza, que no responden a la necesidad que tienen los individuos de comunicar sus dudas y recibir sugerencias que posibiliten la reflexión sobre soluciones posibles.

Al seleccionar el o los medios con que se apoyará la educación en modalidades no convencionales, debe tenerse en cuenta no sólo los avances recientes de la tecnología, sino también los avances en materia pedagógica y de comunicación educativa, ya que la llegada de videograbadoras, videocintas o incluso computadoras de precios accesibles han facilitado su uso con fines pedagógicos, aunque no siempre se ha cuidado la interacción que el medio puede lograr, siendo tan importante en el proceso de construcción del aprendizaje.

El uso de los medios como recurso educativo ha sido muy debatido últimamente ya que a veces se da la extrapolación, al caer, por un lado, en el abuso, lo que el Dr. Michael Moore llama "lujuria por la tecnología", calificativo que da a la acción de los educadores que buscan nuevos y atractivos medios, que mientras más sofisticados les son más atractivos, basando su enseñanza en el uso de estos, relegando el modelo pedagógico que subyace en toda enseñanza, dándose así la *tecnofilia*. Por otro lado, se

presenta también la *tecnofobia*, presente cuando el docente se niega a todo tipo de apoyo tecnológico, ya sea por temor a sentirse desplazado por los medios o por desconfiar del potencial que de ellos puede obtener.

En esta modalidad, el docente debe tener conciencia de que el estudiante ya tiene la información, bien sea en sus textos, o en la bibliografía que se le presente; la función del docente consiste en dar pistas metodológicas, propiciar el razonamiento, fomentar la creatividad y orientar al alumno hacia el logro de los objetivos planeados, en esto el uso de medios no es la base, ya que el medio sólo potencia las capacidades humanas.

El uso del recurso adecuado puede contribuir al éxito de la educación a distancia; numerosos estudios han comprobado que esta modalidad puede ser tan eficiente como la presencial tradicional, aunque también es aceptado que el grado de interacción estudiante-estudiante, estudiante-profesor y la selección de ejemplos con contenidos adecuados, es más difícil en esta modalidad.

El uso de recursos en educación a distancia tiene como objetivo superar el espacio físico entre los participantes del proceso enseñanza-aprendizaje. Un recurso utilizado con frecuencia en educación a distancia es la *teleconferencia* entendiendo ésta como "un enlace interactivo para un fin común entre varios individuos y grupos en distintas localidades por medio de una o varias líneas telefónicas o canales de microondas, que soportan voz, y/o datos y/o imágenes".

Las teleconferencias presentan como características comunes el facilitar la interacción entre los participantes al posibilitar procesos comunicativos bidireccionales, permitiendo el intercambio de ideas, experiencias y conocimientos de manera sincrónica, es decir, en tiempo real.

Estos recursos pueden clasificarse de acuerdo con el medio que se utiliza para establecer la comunicación de la siguiente forma:

➤ **Conferencia por computadora:** se realiza mediante el enlace de dos o más computadoras. Puede ser audiográfica o multimedia; en la primera se combina la voz con datos y gráficas hechas en la computadora; la segunda integra video, animación, audio y texto, todos en forma digital.

➤ **Videoconferencia o videoteleconferencia:** transmisión televisiva a través de alguna red o de un canal satelital.

➤ **Audioconferencia o audioteleconferencia:** se transmite la voz a través de una línea telefónica amplificándola en los lugares de reunión.

La audioconferencia es la modalidad más antigua y sencilla de teleconferencia, sin que esto se interprete como la de mayor facilidad en su uso o la menos tecnificada. Su uso se ha extendido para diversos fines que van desde el ámbito de los negocios hasta la educación. Es un sistema sincrónico, interactivo, es decir, los participantes coinciden en tiempo real y se adecuan a una programación de horario; en forma planeada admite el apoyo de imágenes para optimizar el logro de objetivos, aunque generalmente se realiza sin estímulos visuales, mediante la comunicación oral; requiere tecnología común, de fácil acceso, es flexible en su calendarización y planeación; posibilita la conexión de varias sedes. De entre los medios que favorecen la interacción en vivo, es la de menor costo. Se dan varios tipos de audioconferencia de acuerdo al número de sedes que intervengan en la teleconferencia, pudiendo ser:

Para realizar una audioconferencia se requiere:

- Acceso a toma de corriente eléctrica.
- Línea telefónica, de preferencia directa.
- Aparato telefónico con amplificador de voz.

El uso de la audioconferencia presenta, entre otras ventajas, el posibilitar la interacción entre individuos ubicados físicamente en lugares distantes, requiere tecnología de fácil acceso, permite una mayor cobertura, no se necesita un espacio especialmente diseñado para su uso y su montaje es menos complicado que el de cualquier otro tipo de teleconferencia.

Podemos observar también ciertas desventajas: existe incredulidad sobre la eficacia de este recurso al darse la ausencia del contacto visual, el uso del medio tecnológico puede cohibir la participación de los estudiantes, propicia que se monopolice el uso de la palabra, se da cierta dependencia de la tecnología y requiere personal capacitado en cada sede participante.

Al realizar audioconferencias, el responsable debe cuidar que la conexión telefónica se realice en el horario previamente acordado, verificar que el volumen de voz de los participantes sea el adecuado así como sus intervenciones, ya que éstas deben ser oportunas, tener contenido y evitar la trivialidad.

Algo prioritario al utilizar esta modalidad de teleconferencia, y en general al usar cualquier medio como recurso con fines educativos, es no perder de vista que son sólo un apoyo al aprendizaje, lo central es el contenido y el modelo pedagógico presente en las acciones del docente, sin descuidar las dimensiones del aprendizaje (perceptual, cognitiva, emocional y social), todo debe girar en torno de este propósito, no depender de la tecnología ni hacer derroche en el uso de medios por el hecho de tenerlos o por conocer la técnica de su uso.

Cabe hacer la precisión de que no debe confundirse el uso del audio como recurso educativo con la teleaudioconferencia. El utilizar un audio para presentar una conferencia previamente grabada, presupone que la interacción se dará posteriormente, al trabajar con los contenidos abordados.

En una audioteleconferencia, en cambio, la interacción es en el momento, y la construcción de aprendizajes es apoyada al usar el medio, lo que permite que profesor y estudiante estén físicamente distantes o que el profesor utilice la intervención de algún experto para profundizar cierto contenido temático.

La audioconferencia es útil para la realización de asesorías, esto sin perder de vista que no debe caerse en la sola exposición magistral, el medio debe aprovecharse al máximo para lograr la interacción con personas entre las que media una distancia, sirviendo así para salvar obstáculos y no para apoyar vicios de los que adolece la educación, como el protagonismo y la conducción unilateral en el proceso enseñanza-aprendizaje

1.3 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR DE SALONES MULTIFUNCIONALES

Debido al incremento de la población y a la creación de nuevos colegios, empresas y a las mismas necesidades de la población de agrupar un número grande de personas cuyo capacitación o reunión tenga un fin común la creación de los salones multifuncionales para capacitación y realización de reuniones especiales ha sido un sector que ha presentado gran auge. Es así, como inicia en los países más desarrollados y luego pasa la tendencia a

países subdesarrollados, hasta llegar a Colombia, donde se encuentra que las principales ciudades ya cuentan con salones multifunciones tanto en colegios privados, públicos y entidades como las Cajas de Compensación Familiar, al igual que de manera privada existen también salones para eventos especiales. De esta forma y con el crecimiento poblacional de municipios trasciende este servicio. Es decir, lo que anteriormente manejaban algunos colegios, por la limitación del espacio, hoy dio paso a la creación de salones multifuncionales privados, más aún con la necesidad de algunas entidades de carácter empresarial y social que requieren reunir un alto número de personas para una misma actividad.

Con lo arriba expuesto se nota pues la evolución positiva e incremento de salones multifuncionales tanto a nivel internacional como a nivel nacional, en departamentos y sus respectivos municipios como es el caso de San Pablo donde se requiere un salón multifuncional.

1.4 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Para el caso de la región en estudio municipio de San Pablo y sus municipios aledaños, Puerto Wilches y Cantagallo, son regiones que están en constante crecimiento debido a los cultivos del agro y al apoyo que el Plan Colombia, a través de su programa guardabosques ha incrementado a la población, al igual que el cultivo de la palma africana y todas las demás actividades sociales, culturales, económicas y políticas que se desarrollan.

Todo esto conlleva a que la población, en dichos municipios, esté en constante crecimiento, a su vez el núcleo familiar; mostrándose mayor demanda de servicios educativos, de salud, culturales, de integración de la comunidad y la necesidad cada día de ofrecer la misma información a una comunidad mayor, por lo cual se requiere de contar con un sitio adecuado tanto en capacidad y a la vanguardia de los medios tecnológicos y audiovisuales.

Aunado al hecho que la región en estudio San Pablo y sus municipios aledaños, Puerto Wilches y Cantagallo de acuerdo información suministrada por personas que han vivido allí la mayor parte de sus vidas, se han venido realizando celebraciones de tipo folclórico, como son; las fiestas de carnaval, en las cuales se hacen reinados populares, concursos de tamboras, danzas, disfraces, comedias, dichas fiestas tienen restricción de público porque no existen sitios para dichos eventos.

Situación similar presentada en escuelas y colegios al realizar actividades de tipo privado para el cumpleaños de San Pablo, reinados intercolegiales, en las cuales es restringida la entrada, ya que solo se invitan personas a los patrocinadores, jurados y otras personas como comerciantes y aquellas personas que desempeñan altos cargos dentro del municipio.

1.5 ASPECTO LEGAL

➤ Ley 397 de 1997. Conocida como Ley de Cultura, se estableció como política de Estado, que el Gobierno Nacional "velará por la recuperación, conservación y preservación del patrimonio colombiano de imágenes en movimiento". En virtud de esto, el Ministerio de Cultura, a través del Programa Nacional de Concertación y Estímulos, ha servido de apoyo fundamental para la salvaguarda de la memoria audiovisual colombiana.

➤ Decreto 358 de 2000. Por medio del cual se reglamentan algunos aspectos relacionados con la Ley de Cultura define tanto los elementos físicos que constituyen las matrices a conservar como las condiciones que determinan la pertenencia de una película a la cinematografía nacional y también las necesarias para declarar una obra audiovisual o cinematográfica, en especial, como "bien de interés cultural".

➤ Ley 814 de 2003 En los considerandos define que, "el concepto de cinematografía nacional para efectos de esta ley es el conjunto de acciones públicas y privadas que se interrelacionan para gestar el desarrollo artístico e industrial de la creación y producción audiovisual y de cine nacionales y arraigar esta producción en el querer nacional, a la vez apoyando su mayor realización, conservándolas, preservándolas y divulgándolas".

➤ Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1943, Decisión Andina 351 de 1993, el Decreto Reglamentario 0162 de 1996. La Sociedad de Autores y Compositores de Colombia, SAYCO, es reconocida por la Personería Jurídica número 1537 de Agosto 16 de 1946, emitida por el Ministerio de Justicia. Debiendo ajustar su funcionamiento a la Ley 23 del 82, le fue conferida la Resolución No. 001 del 17 de Noviembre de ese año expedida por la Dirección Nacional del Derecho de Autor, que le otorgó también la autorización de Funcionamiento mediante Resolución 070 del 5 de Junio de

1997 con fundamento en la Decisión Andina 351 de 1993 y el Decreto Reglamentario 0162 de Enero 22 de 1996.

Su gestión se fundamenta en la siguiente normatividad: Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1943, Decisión Andina 351 de 1993, el Decreto Reglamentario 0162 de 1996 y el Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, suscrito el 9 de Septiembre de 1886 con todas sus revisiones y protocolos posteriores, que fue aprobado por la Ley 33 de Octubre 26 de 1987, originaria del Congreso Nacional.

De igual forma, la Directiva Presidencial No. 01 del 25 de Febrero de 1999, la Circular No. 018 expedida por el Director General de la Policía Nacional, General ROSSO JOSÉ SERRANO CADENA y, el Instructivo No. 066 del 17 de Septiembre de 1999, firmado por el Director Operativo de la misma institución, Mayor General ALFREDO SALGADO MÉNDEZ, son soportes documentales expedidos con base en la ley, encaminados a lograr por parte de las autoridades el cumplimiento y efectividad de las normas relativas a la protección de los Derechos de Autor y obtener la remuneración que deben cancelar los diversos usuarios por la utilización de las obras musicales de que son titulares los socios, nacionales y extranjeros, afiliados a SAYCO.

Los derechos conexos protegen los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes en determinadas formas de utilización de sus interpretaciones, de los productores de discos (fonogramas) y los organismos de radiodifusión (radio y televisión). Los derechos conexos y de autor, es la actividad que desarrollan las sociedades organizadas conforme a la ley, con tendencia a la administración de las obras, interpretaciones o ejecuciones, a fin de garantizar la defensa de los intereses de sus titulares, así como el cobro por la utilización de sus creaciones o producciones.

➤ **Ley 30 de 29 de diciembre de 1992.** Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. Considera: La Educación Superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional. La Educación Superior es un servicio público cultural, inherente a la finalidad social del Estado. El Estado trabaja por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y, promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar el estudio de mercados para determinar la viabilidad comercial para la prestación del servicio de un salón de conferencia multifuncional en el Municipio de San Pablo Bolívar.

2.1.2 Específicos

- Establecer la demanda del servicio del alquiler del salón de conferencia multifuncional.
- Determinar la oferta existente en el mercado.
- Identificar los canales de distribución óptimos para la prestación del servicio del salón de conferencia multifuncional.
- Realizar el análisis del precio del servicio del salón de conferencia multifuncional.
- Determinar los aspectos promocionales y publicitarios para fortalecer el proyecto.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Usos y especificaciones del servicio. El servicio principal es el alquiler de un Salón de Conferencia multifuncional en el Municipio de San Pablo Bolívar con capacidad para 200 personas aproximadamente, dotado con equipos tecnológicos como, video beam, computadores, conexión a Internet, sillas cómodas; buscando ofrecer una excelente calidad.

2.2.2 Servicios complementarios. El Salón de Conferencia multifuncional ofrecerá los servicios complementarios para uso de reuniones de tipo social como fiestas de graduaciones de escuelas, colegios, bautizos, primeras comuniones, matrimonios y otros que necesiten el servicio para tal fin con las comodidades y requerimientos que ofrece el salón.

2.2.3 Servicios sustitutos. Para este caso el servicio no tiene sustitutos; en algunos casos se aprovechan salones de las mismas instituciones educativas para

llevar a cabo los eventos, sin los requerimientos de comodidad y ayudas audiovisuales para tal fin.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

- Disponibilidad de la infraestructura amplia, cómoda y acondicionada para cualquier actividad académica, empresarial o de participación ciudadana.
- Aprovechamiento de los recursos tecnológicos para el desarrollo de técnicas audiovisuales en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.

2.3.1 Mercado potencial. Se estudia la posibilidad de comercializar este servicio a diversos municipios aledaños a San Pablo (Bolívar) dentro de las cuales están; Puerto Wilches y Cantagallo.

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objeto del proyecto será para la población de San Pablo que requiera del servicio como Hospital, Alcaldía Municipal, escuelas y colegios, organizaciones, microempresas, juntas de acción comunal y población en general.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados.

2.4.1.1 Planteamiento del problema. De acuerdo a datos registrados por la Alcaldía Municipal de San Pablo Bolívar al año 2005, existen tres colegios de nivel secundaria que reúne a jóvenes de la zona urbana y rural del municipio. Los colegios cuentan con instalaciones óptimas para el desarrollo normal de las actividades; los fines de semana y feriados son aprovechados por los diferentes entes que hacen parte de la gestión pública de la localidad para realizar reuniones con las comunidades, juntas de acción comunal, organizaciones dedicadas a la micro y mediana empresa para realizar reuniones concernientes a sus problemas, necesidades y la resolución de las mismas.

En el municipio, el nivel educacional, no sólo de los jóvenes que ingresan a la educación sino también la población ha mejorado notoriamente, mediante el trabajo hacia la comunidad que realizan los jóvenes de grado once a través del Ministerio de Educación llamado alfabetización, en donde en horarios nocturnos y sabatinos se desarrollan actividades académicas que no cuenta con medios

económicos para estudiar en las áreas del saber como las matemáticas, español, ciencias naturales y sociales.

Estas actividades se han venido ofreciendo de manera gratuita, y de igual forma las reuniones que realizan los diferentes entes gubernamentales, ellos asumen los gastos del suministro de alimentación y material didáctico. Es aquí, en el material didáctico donde se ha encontrado el mayor inconveniente para llevar a cabo las capacitaciones a la comunidad, por cuanto los conferencistas no traen ningún instrumento para proyectar imágenes, video, audio u otro, asumiendo que en el municipio se puede encontrar.

Por otro lado, los salones de clase cuentan con capacidad para 30 personas y cuando se conglojera más de esta cantidad de personas, se deben realizar hasta dos y tres veces la misma conferencia, lo cual causa repetitividad, gasto de tiempo y, sobre todo, la población no queda totalmente satisfecha en el evento realizado.

Cabe resaltar que la secretaría de educación de la localidad, en mención, ha diseñado estrategias para mejorar esta situación pero, hasta la fecha, no se han determinado acciones inmediatas para superar esta crisis en el sector educativo ante la falta inminente de estas herramientas como son los equipos audiovisuales y un salón con mayor capacidad de personas para la realización de eventos y actividades.

Aunque el argumento anterior no ha generado una evolución significativa para solucionar la problemática, se hace necesario, en un corto plazo, crear y acondicionar un salón de conferencias multifuncional dotado de medios audiovisuales que permita generar nuevos espacios a la comunidad y de esta forma una mayor participación en la construcción de una sociedad activa y vigilante en el cumplimiento de proyectos de envergadura y de desarrollo para la zona objeto de estudio por parte del gobierno central, departamental y municipal.

2.4.1.2 Necesidades de información. Se requiere cuantificar la oferta y la demanda; establecer el canal de comercialización óptima para la prestación del servicio del salón multifuncional; determinar el precio y, por último, conocer las estrategias de publicidad y promoción a utilizar en el presente proyecto.

Las necesidades de información se reflejan en la siguiente ficha técnica:

2.4.1.3 Ficha Técnica del proyecto.

Cuadro 1. Ficha técnica para la población de San Pablo.

ITEM	OBSERVACIONES
Tipo de investigación	Exploratoria-Descriptiva, el cual hace referencia a la investigación sobre un tema específico en este caso la comercialización de un servicio en este municipio.
Método de investigación	El método a utilizar en la presente investigación es el método inductivo, ya que este proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observadas.
Fuentes de información	Primarias: Entrevistas con personas pertenecientes a Instituciones como colegios y escuelas, hospital alcaldía; Asociaciones del municipio de San Pablo, organizaciones como las ONG'S, PDPMM, microempresas y comunidad en general para obtener un mayor conocimiento del servicio a prestar. Secundarias: Revisión bibliográfica de textos referentes al tema, búsqueda por Internet, investigaciones ya realizadas acerca del tema por entidades gubernamentales o particulares, entre otros.
Técnicas de recolección de información.	La recolección de la información es realizada a través de encuestas aplicadas a los habitantes de todos los estratos sociales que conforman el municipio de San Pablo Bolívar. (ver formato de encuesta aplicada en el anexo A).
Instrumentos	El instrumento a utilizar en la investigación para la aplicación de encuesta es el censo es el cuestionario.
Modo de Aplicación	Directa, puesto que se necesita de información primaria, aplicando técnicas de observación, encuestas y otras que se consideren pertinentes.
Definición de población	27.845 habitantes de la zona urbana del municipio de San Pablo, las cuales, en su mayoría, son personas profesionales que ocupan cargos administrativos y asistenciales.
Proceso de Muestreo	Muestreo aleatorio simple.
Alcance	El Municipio de San Pablo (Bolívar)
Tiempo de Aplicación	Treinta días.

Fuente: Investigación de mercados.

Cálculo de la muestra n.

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

Donde

N = numero total de población (27.845)

P = 50% probabilidad de acertar

q = 50% probabilidad de no acertar (1-p) nivel de confiabilidad 95%

z = 1.96

e = 5% (error estándar)

(N-1) = factor de corrección

$$n = \frac{27.845 * (0,5) (0,5) * (1,96)^2}{(1,96)^2 * (0,5 x 0,5) + (0,05)^2 * (27.845-1)}$$

$$n = \frac{27.845 * (0,25) * (3.8416)}{(3.8416) * (0,25) + (0,0025)^2 * (27.844)}$$

n = 379 Encuestas.

En esta fase del proyecto se toman 379 encuestas a la población y se censan 34 instituciones entre el sector educativo y empresarial.

2.5.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados.

2.4.1.4.1 ANÁLISIS DE ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN

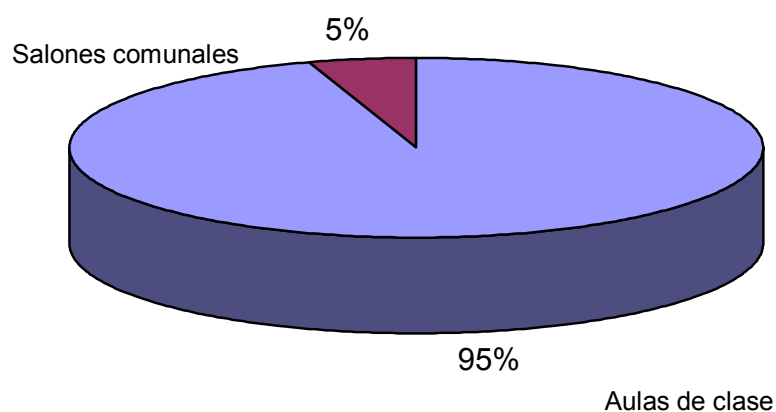
- Pregunta 1. Cuándo es invitado para la asistencia de una reunión, conferencia de aprendizaje, seminario etc. ¿Cuáles son los sitios donde es realizada dicha participación?

Cuadro 2. Sitios actuales destinados a reuniones, conferencias, o seminarios.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
AULAS DE CLASE	360	95%
SALONES COMUNALES	19	5%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 1. Sitios actuales destinados a reuniones, conferencias, o seminarios.



Fuente: Investigación de mercados.

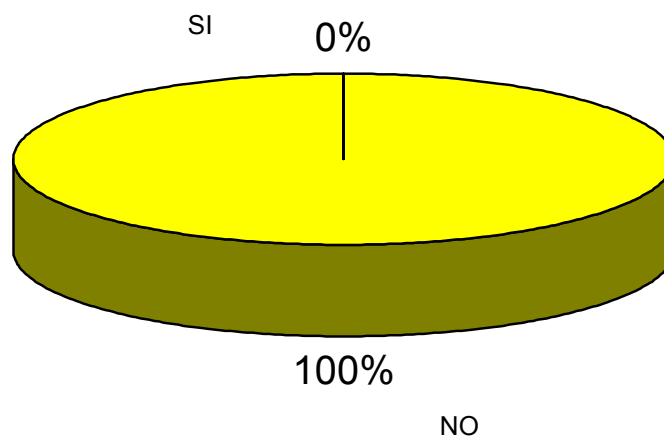
Pregunta 2. ¿Son agradables, cómodos y atractivos, para usted los diferentes sitios donde ha asistido, dentro del municipio, a la realización de reuniones, conferencias, seminarios?

Cuadro 3. Valoración de la comodidad de los sitios donde ha asistido.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
SI	0	0%
NO	379	100%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 2. Valoración de la comodidad de los sitios donde ha asistido.



Fuente: Investigación de mercados.

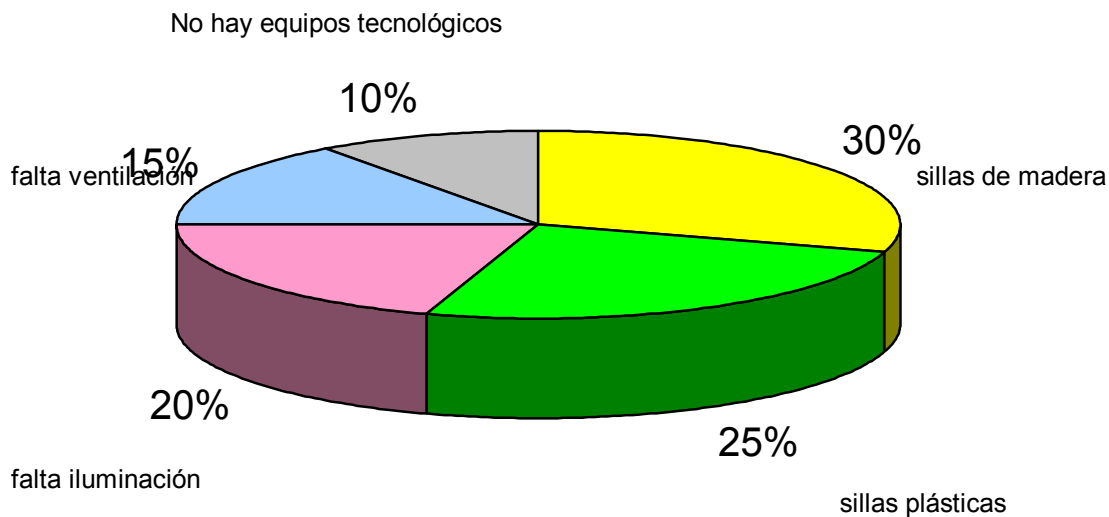
- Pregunta 3. ¿Cuáles son las características de los sitios donde le ha tocado asistir a las diferentes eventualidades de información y aprendizaje realizadas en el municipio?

Cuadro 4. Características de los sitios actuales.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
Sillas de madera	113	30%
Sillas plásticas	95	25%
Falta iluminación	76	20%
Falta ventilación	57	15%
No hay equipos tecnológicos	38	10%
TOTAL	379	100%

Fuente: investigación de mercados.

Figura 3. Características de los sitios actuales.



Fuente: Investigación de mercados.

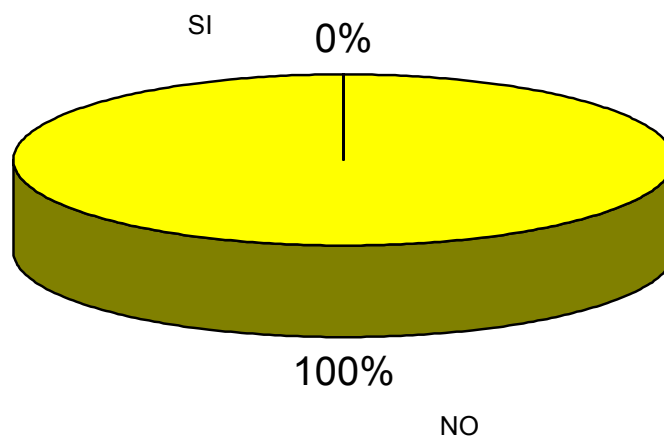
- Pregunta 4. ¿Estaría de acuerdo y apoyaría la idea de que en el Municipio de San Pablo se organice un salón de conferencia multifuncional?

Cuadro 5. Apoyo de la población para la organización de un salón de conferencia multifuncional

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
SI	100	100%
NO	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 4. Apoyo de la población encuestada para la organización de un salón de conferencia multifuncional



Fuente: Investigación de mercados.

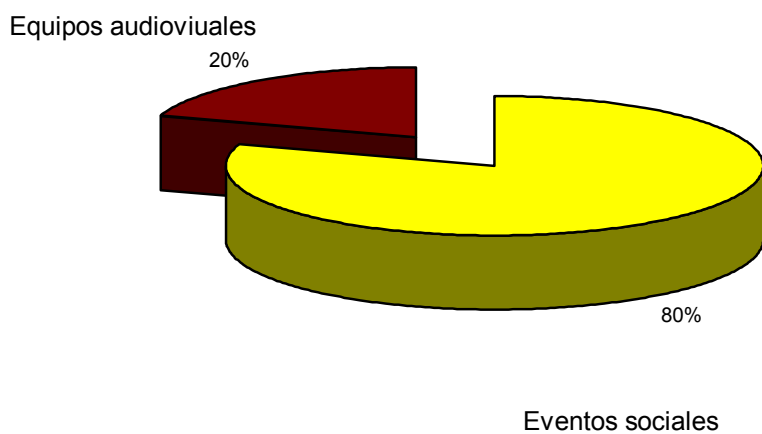
Pregunta 5. ¿Qué servicios contrataría usted en este salón?

Cuadro 6. Consideración de los encuestados frente a la utilidad del salón.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
EVENTOS SOCIALES	303	80%
EQUIPOS AUDIOVISUAL.	76	20%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 5. Consideración de los encuestados frente a la utilidad del salón.



Fuente: Investigación de mercados.

Conclusiones de la encuesta realizada.

- ❖ Se observa que, para eventos de capacitación, en su mayoría, 95% de la población, asiste a las aulas de clase, una minoría, 5%, asiste a los salones comunales.
- ❖ El 100% de la población, manifestó no sentirse cómoda en los sitios utilizados actualmente para capacitación, los califica como inadecuados por ventilación, iluminación, sillas dañadas, falta de equipos tecnológicos, para la realización de las actividades.
- ❖ Se destaca un hecho importante en la realización de actividades y son las fallas eléctricas que caracterizan el municipio, siendo esto aspecto de vital importancia puesto los salones no tienen una planta de luz para dar continuidad a la actividad en caso de presentarse fallas.
- ❖ El 100% de la población está de acuerdo y está en disposición de apoyar la idea de la creación de un salón multifuncional para conferencias y eventos sociales, debido a que se emplea un lugar de concertación de actividades en donde se pueda agrupar un mayor número de personas y condiciones físicas y climáticas adecuadas.
- ❖ El 80% de la población argumenta contratar principalmente el salón para eventos sociales, para realización de eventos sociales, como las reuniones de graduaciones (anuales), bautizos (mensuales), matrimonios (esporádicos), cumpleaños (mensual) puesto que éstas fiestas se hacen en sus propias casas, pero cerrando las calles. principalmente un 20% contraría el alquiler de los equipos audiovisuales, para utilizarlos en exposiciones educativas de secundaria y universidad.
- ❖ Se nota una gran acogida de la idea de la creación de un salón multifuncional no sólo para conferencias, y alquiler de equipos audiovisuales, sino para la realización de eventos sociales.

2.4.1.4.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y EMPRESARIALES

Cuadro 7. Ficha técnica del proyecto (Entidades educativas y empresariales).

ITEM	OBSERVACIONES
Tipo de investigación	Exploratoria-Descriptiva, el cual hace referencia a la exploración sobre un tema específico en este caso la comercialización de un servicio.
Método de investigación	El método a utilizar es el método inductivo, ya que este proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observadas.
Fuentes de información	Primarias: entrevistas con representantes de Instituciones como colegios y escuelas, hospital alcaldía; Asociaciones del municipio de San Pablo organizaciones como las ONG'S, PDPMM, microempresas y comunidad en general. Secundarias: Revisión bibliográfica de textos referentes al tema, búsqueda por Internet, investigaciones ya realizadas acerca del tema por entidades gubernamentales o particulares, entre otros.
Técnicas de recolección de información.	La recolección de la información es realizada a través de la encuesta realizada a las entidades educativas y empresariales de San Pablo.(ver formato del censo aplicado en el anexo B).
Instrumentos	El instrumento a utilizar en la realización del censo es el cuestionario.
Modo de Aplicación	Directa, puesto que se necesita de información primaria aplicando técnicas de observación, encuestas y otras que se consideren pertinentes.
Definición de población	34 entidades entre colegios y empresas de San Pablo conformado por Asociaciones, microempresas, hospital, alcaldía municipal, colegios y escuelas, organizaciones, las cuales en su mayoría cuentan con personas profesionales que ocupan cargos administrativos y asistenciales. Ver listado en el anexo C.
Alcance	El Municipio de San Pablo (Bolívar)
Tiempo de Aplicación	Quince días.

Fuente: Investigación de mercados.

ENCUESTA REALIZADA A INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y EMPRESARIALES

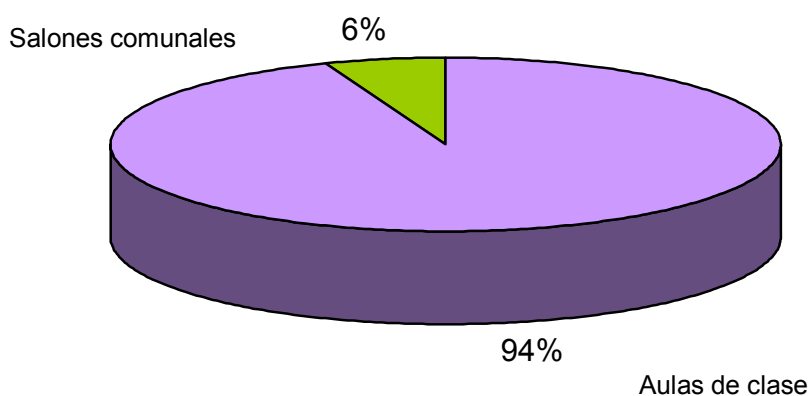
- Pregunta 1. ¿Actualmente dónde realiza usted sus eventos o reuniones especiales?

Cuadro 8. Lugar de realización de eventos.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
AULAS DE CLASE	32	94%
SALONES COMUNALES	2	6%
TOTAL	34	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 6. Lugar de realización de eventos.



Fuente: Investigación de mercados.

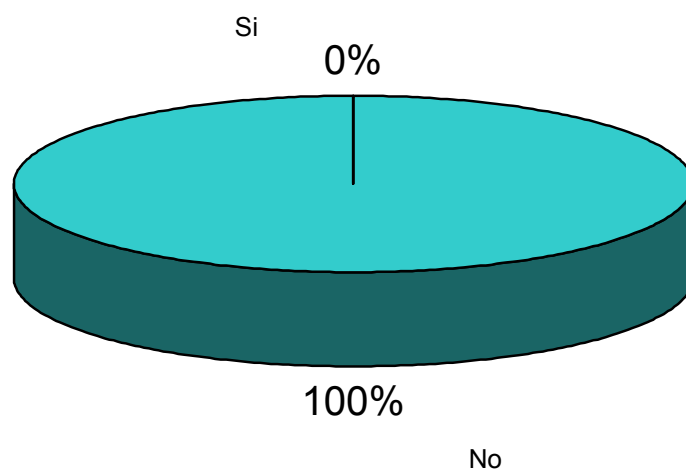
Pregunta 2. ¿Es agradable, atractivo y funcional el sitio escogido para realizar dichas reuniones?

Cuadro 9. Funcionalidad del sitio actual.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
SI	0	0%
NO	34	100%
TOTAL	34	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 7. Funcionalidad del sitio actual.



Fuente: Investigación de mercados.

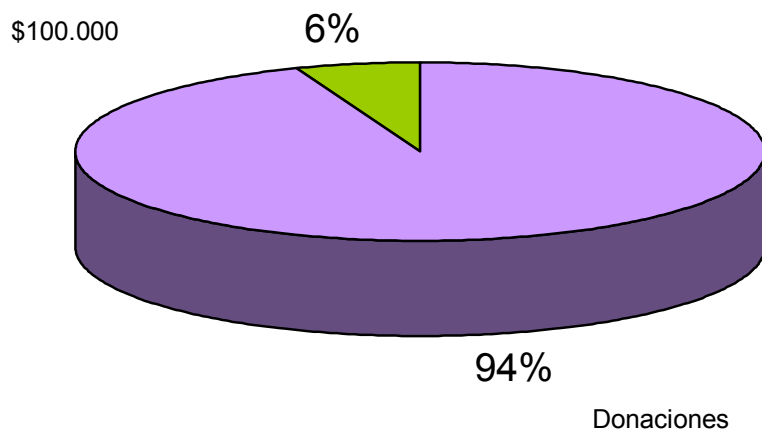
Pregunta 3. ¿Qué precios ha pagado por el alquiler del salón?

Cuadro 10. Precio pagado.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
\$100.000	2	6%
DONACIONES	32	94%
TOTAL	34	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 8. Precio pagado.



Fuente: Investigación de mercados.

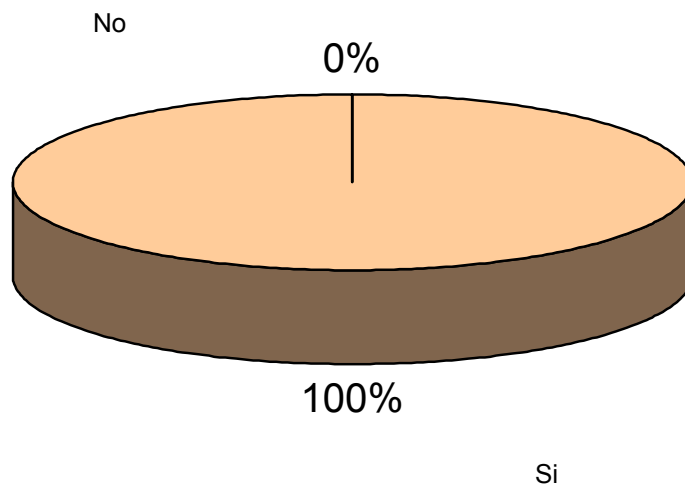
Pregunta 4. ¿Estaría de acuerdo y apoyaría la idea que en el municipio de San Pablo se organice un salón de conferencias multifuncional?

Cuadro 11. Opinión sobre la creación de un salón multifuncional en San Pablo.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
SI	34	100%
NO	0	0%
TOTAL	34	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 9. Opinión sobre la creación de un salón multifuncional en San Pablo.



Fuente: Investigación de mercados.

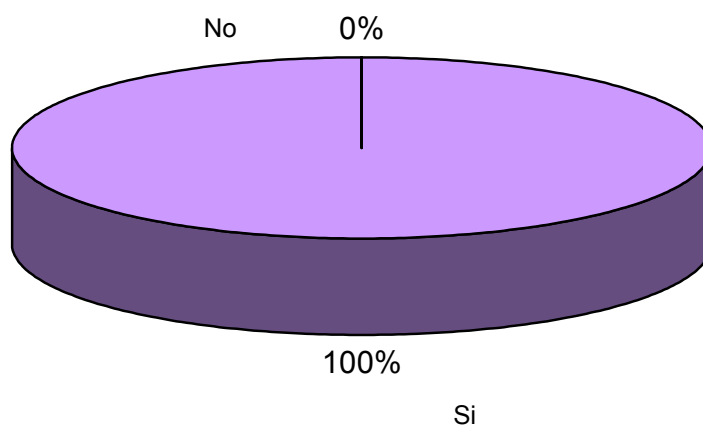
- Pregunta 5. Si su respuesta anterior fue si ¿por cuánto tiempo requiere el salón y con qué periodicidad?

Cuadro 12. Tiempo y periodicidad requerido para el salón.

Meses del año	Instituciones Educativas	Instituciones Empresariales	Tiempo	Frec. fi	Frecuencia hi
Enero	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Febrero	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Marzo	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Abril	19 (niño)	15 (niño)	2 horas	34	100%
Mayo	19 (madre-maestro)	1 (varios)	2 horas	20	59%
Junio	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Julio	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Agosto	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Septiembre	1 (amistad)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Octubre	9 (brujitas)	1 (varios)	2 horas	10	29%
Noviembre	1 (varios)	1 (varios)	8 horas	2	6%
Diciembre	19 (grados)	10 (navidad)	2 horas	29	85%
Total	74	35		109	

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 10. Tiempo y periodicidad requerido por el salón



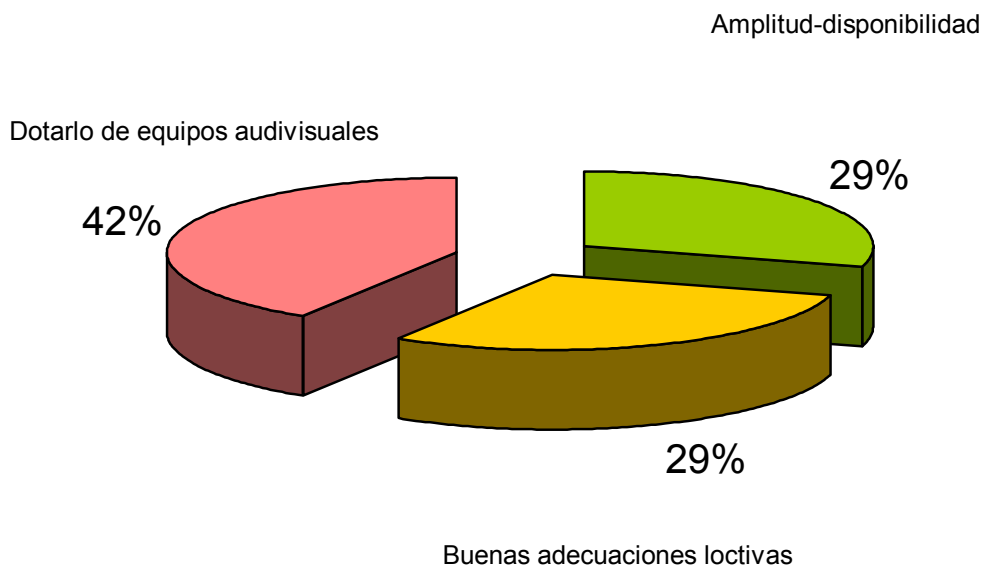
Fuente: Investigación de mercados.

Cuadro 13. Sugerencias.

Item	Frecuencia fi	Frecuencia hi
AMPLITUD Y TOTAL DISPONIBILIDAD	10	29%
BUENAS ADECUACIONES LOCATIVAS	10	29%
DOTARLO DE EQUIPOS AUDIOVISUALES	14	42%
TOTAL	34	100%

Fuente: Investigación de mercados.

Figura 11. Sugerencias.



Fuente: Investigación de mercados.

Conclusiones del censo realizado a instituciones educativas y empresariales.

- ❖ El 94% de la población censada realiza sus reuniones en aulas de clase un 6% lo realiza en el salón comunal.
- ❖ El 100% consideran inadecuados los sitios que actualmente deben escoger para las reuniones que realizan por su falta de iluminación, ventilación, planta física, cupo limitado, sillete ría incómoda, además de no contar con equipos audiovisuales para el manejo de capacitaciones.
- ❖ Se programan actividades durante todos los meses del año, con mayor intensidad en los días especiales como el de la madre, maestro, del niño, brujitas y navidad entre otros.
- ❖ Se manejan más que alquiler de salones, pagos a forma de donaciones como para que se retribuya en las aulas de clase o salones comunales, en éstos últimos las donaciones han ascendido hasta \$100.000 según lo manifestó la población encuestada.
- ❖ Son inadecuados los sitios actuales por luminosidad, ventilación, amplitud y falta de quipos audiovisuales.
- ❖ El 100% de instituciones educativas y empresariales apoyaría la idea y contraría dicho salón porque permite el desarrollo de capacitación y eventos en un lugar adecuado, manteniéndose a la vanguardia en el manejo e implmentación de salones multifuncionales.
- ❖ El 100% programa actividades todos los meses del año, ya sea por eventos de charlas mensuales a estudiantes y por capacitación a empleados en las empresas. Se nota que hay más utilización del salón de conferencias en los meses del día del niño (abril), mayo (días de la madre y del maestro), octubre (celebración de las brujitas) y en diciembre celebración de grados.
- ❖ Dentro de las sugerencias realizadas están buena capacidad, infraestructura física adecuada y dotarlo con equipos audiovisuales.

2.4.2 Estimación de la demanda. La demanda para la creación de un salón multifuncional en San Pablo, parte de la investigación de mercados realizada atendiendo las respuestas dadas por los encuestados y censado. Analizando la pregunta 4 del censo debido a que tanto las instituciones empresariales como

educativas realizan reuniones especiales y según las respuestas dadas se estiman mensualmente 2 alquileres del salón por 8 horas en ocho meses del año, 34 alquileres del salón por dos horas en un mes, 20 alquileres de salón por dos horas en un mes, 29 alquileres del salón por dos horas en un mes y 10 alquileres de salón por dos horas en un mes.

En lo que respecta a la población y dado que entre bautizos, cumpleaños, grados de universitarios, matrimonios, se realizan entre 5 y 10 eventos mensuales, se estiman 120 eventos anuales, de los que se quieren ganar inicialmente el 5% y anualmente el 5% más de la demanda del servicio del año anterior, estimándose ganar el primer año 6 eventos, para el segundo año 12 eventos, para el tercer año 18 eventos, para el cuarto año 24 eventos para el quinto año 30 eventos, correspondientes al 25% de la demanda de eventos anuales actuales.

120 X 5% = 6 EVENTOS.

120 X 10% = 12 EVENTOS.

120 X 15% = 18 EVENTOS.

120 X 20% = 24 EVENTOS.

120 X 25% = 30 EVENTOS.

2.4.3 Evolución histórica de la demanda del servicio. Según lo respondido en el trabajo de campo, no existe un salón multifuncional adecuado y los lugares donde se realizan algunas de las reuniones de las instituciones educativas, más que un pago piden una contribución o donación por su función; motivo por el cual no se llevan estadísticas en la prestación de este servicio y no se presenta una evolución histórica del mismo.

2.4.4 Proyección de la demanda. La proyección de la demanda para la creación de un salón multifuncional parte de la vida útil del proyecto estimada a 5 años y de las actividades mensuales a realizar por las instituciones educativas y empresariales, los meses menos movidos son 8 que utilizan 8 horas, los más movidos utilizan 2 horas el salón, entidades para las cuales la demanda permanece estable.

Se proyecta un incremento del 5% atendiendo el índice de crecimiento de la población el número de eventos sociales; quedando así:

- 6 X 5% = 7 EVENTOS.
- 12 X 5% = 13 EVENTOS.
- 18 X 5% = 19 EVENTOS.
- 24 X 5% = 26 EVENTOS.
- 30 X 5% = 32 EVENTOS.

Eventos para los cuales se tiene un promedio de alquiler de tres horas por la realización de cada uno.

Cuadro 14. Proyección de la demanda del salón en horas del 1 al 5 año.

MESES	AÑO	DEMANDA ACTUAL SERVICIO	INSTITU- CIONES EDUCATIVAS	POBLACIÓN CENSADA	% DEMANDA TOMADA	TOTAL PROYECCIÓN DEMANDA
8	1 al 5	8 HORAS	16		100%	1.024 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	34	-	100%	68 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	29	-	100%	58 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	20	-	100%	40 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	10	-	100%	20 horas.
SUB-TOTAL			EMPRESAS			1.210 HORAS
12				120 Event.	100%	
12	1	3 HORAS	-	7 event. Año.	5% + 5% inc.	21 horas.
12	2	3 HORAS	-	13 event. Men.	10% + 5% inc.	39 horas.
12	3	3 HORAS	-	19 event. Men.	15% + 5% inc.	57 horas.
12	4	3 HORAS	-	26 event. Men.	20% + 5% inc.	78 horas.
12	5	3 HORAS	-	32 event. Men.	25% + 5% inc.	96 horas.
SUB-TOTAL				POBLACIÓN		291 HORAS
TOTAL						1.508 HORAS

Fuente: Investigación de mercados.

2.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA OFERTA

Atendiendo los resultados de la investigación de mercados se pudo conocer que en San Pablo, no existen empresas conformadas como tal, dedicadas a la prestación del servicio de alquiler de un salón multifuncional con dotación de equipos audiovisuales.

La oferta actual está constituida por los salones comunales y la aulas de clase que, en los momentos que no son utilizados por la comunidad ni los estudiantes, se pueden facilitar para realizar reuniones, más no es su función puesto que estos sitios son propiedad pública y no están autorizados para funcionar como alquiler;

se presta el servicio a nivel de favores con pagos de donaciones de sillas o valor en efectivo para el arreglo de las mismas.

Entre las debilidades que tienen los sitios tomados como competencia, se encuentran cupo limitado de personas para capacitación, no cuentan con equipos audiovisuales requeridos para conferencias, mal estado de la silletería en general, no tienen disponibilidad permanente sino que debe ajustarse la solicitud a los horarios que no son utilizados por los alumnos o las juntas de acción comunal.

Igualmente se identificó que para eventos sociales éstos sitios no tienen ninguna cobertura, porque se realizan en sus casas y cerrando las calles; más que un evento social se da una fiesta popular.

Pese a la presencia de aulas de clase y aulas múltiples, no se registran estadísticas del préstamo ni mucho menos alquiler de éstos salones, motivo por el cual no puede hacerse una proyección de la oferta.

Con base en los resultados de la investigación de mercados, teniendo en cuenta que no es función de éstos salones alquilar, ni cuentan con capacidad para atender el servicio y frente al deseo de la población objetivo de contar con un salón multifuncional de conferencias dotado con equipos audiovisuales al cual le contratarían sus servicios, se piensa ofrecer el servicio aspirando atender el 35% del mercado actual de eventos sociales, el 100% de instituciones empresariales que no tienen sitio para sus actividades y el 50% de las instituciones que sólo realizan 1 evento mensual, durante los cinco años de vida útil que se estima el proyecto tanto a la población como en instituciones educativas y empresariales.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA, DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Pese a que en San Pablo no existen salones multifuncionales para la realización de reuniones especiales y debido a que las instituciones escolares y empresariales han realizado sus actividades en las aulas de clase y los salones comunales, se toman como sitios que cubren la demanda siendo adecuados o no.

Por lo anterior, se estima una demanda insatisfecha por parte del 100% de las instituciones empresariales y un 50% por parte de las instituciones escolares de las actividades que se realizan mensualmente, porque aunque realizan sus actividades pequeñas en su respectivo colegio, las que agrupan un mayor número de personas, no están en capacidad de atenderlas, y un 100% de la demanda de la población que se considera satisfecha, a la cual se quiere vincular a la cultura de

los eventos sociales, determinándose atenderla en un 5% cada año de vida útil del proyecto llegando a cubrir de esta un 25%.

Ver estimación de la demanda insatisfecha en el siguiente cuadro:

Cuadro 15. Determinación de la demanda insatisfecha del salón en horas del 1 al 5 año.

MESES	AÑO	DEMANDA ACTUAL SERVICIO	INSTITU- CIONES CENSADAS	POBLACIÓN ENCUESTADA	% DEMANDA INSATISFECHA	TOTAL PROYECCIÓN DEMANDA
8	1 al 5	8 HORAS	16(8)		50%	512 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	34	-	0%	68 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	29	-	0%	58 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	20	-	0%	40 horas.
1	1 al 5	2 HORAS	10	-	0%	20 horas.
SUB-TOTAL			INSTITU- CIONES			698 HORAS
12				120 Event.	0%	
				SE QUIERE	CUBRIR	
12	1	3 HORAS	-	7 event. Año.	5% .	21 horas.
12	2	3 HORAS	-	13 event. Men.	10% .	39 horas.
12	3	3 HORAS	-	19 event. Men.	15% .	57 horas.
12	4	3 HORAS	-	26 event. Men.	20% .	78 horas.
12	5	3 HORAS	-	32 event. Men.	25% .	96 horas.
SUB-TOTAL				POBLACIÓN		291 HORAS
TOTAL						989 HORAS

Fuente: Investigación de mercados.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura actual de los canales. Actualmente el préstamo de salones comunales y aulas de clase se hace colegio o acción comunal hacia las instituciones; siendo un canal directo.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. Esta estructura presenta más ventajas que desventajas porque permite el conocimiento inmediato del salón, los requisitos del alquiler y las especificaciones que el requiere, la institución interesada en el servicio, haciendo más práctica la contratación.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Se escoge el canal de acuerdo a la prestación del servicio. Salón multifuncional-Consumidor final.

Figura 12. Canal de comercialización.



2.8 PRECIO

Para la fijación del precio se tienen en cuenta aspectos como los costos, en que se incurre en la prestación del servicio.

2.8.1 Estrategias de fijación de precios. Para la política de fijación de precios, se estima que el servicio debe prestarse de acuerdo al sistema de costos más porcentaje deseado de utilidad. En el estudio financiero se determina dicho precio.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos.

- ❖ Crear una buena imagen tanto de la amplitud como de su dotación y la disponibilidad del salón multifuncional dotado con equipos audiovisuales.
- ❖ Presentar una alternativa más técnica en materia de salones multifuncionales adecuados para capacitaciones.
- ❖ Concientizar a los clientes potenciales de la gran oportunidad y confianza que le brinda el salón multifuncional de conferencias y eventos en San pablo.

❖ Lanzar una campaña publicitaria que permita dar a conocer la empresa, de tal forma que identifiquen su nombre, logotipo, lema y el servicio ofrecido.

2.9.2 Logotipo de la empresa. A la nueva empresa se le escoge el nombre SALÓN MULTISERVICIOS LTDA., porque se quiere conformar bajo la modalidad de una sociedad de responsabilidad limitada; su nombre hace alusión al servicio multifuncional que se va a prestar. Su logotipo, tiene en el fondo la fotografía de un salón que refleja, además del nombre estipulado, la forma estilizada del mismo, resaltado en colores llamativos. El logotipo de la empresa se presenta en la siguiente figura:

Figura 13. Logotipo de la empresa.



2.9.3 Lema de la empresa. El lema de la empresa es “MUESTRA TUS IDEAS EN MULTISERVICIOS DE PRIMERA. Se toma primero el nombre de la empresa para darla a conocer y se presenta como la idea innovadora que el productor tiene hacia el consumidor final del servicio de tal forma que, cuando se escuche o se lea, refleje la actividad realizada.

2.9.4 Análisis de medios publicitarios. Los medios publicitarios encontrados en San Pablo, para dar a conocer las nuevas empresas son diversos, entre los cuales se encuentran:

❖ **Radial.** Hace presencia radial la empresa tabacuru stereo, emisora de gran escucha por parte de su población y mejor donde se dan a conocer las noticias más importantes a nivel local.

❖ **Televisiva.** Es ofrecida por la entidad Canal 3 Regional San Pablo, también de audiencia y reconocimiento en el municipio.

❖ **Tarjetas de presentación.** Es una publicidad donde se da a conocer el nombre de la empresa, a qué se dedica, la dirección , el teléfono, de tamaño relativamente pequeño que sirva para guardarse en carteras y billeteras a la mano del consumidor final. Su elaboración se solicita en tipografías de Barrancabermeja.

❖ **Volantes.** Se estima la elaboración de volantes en la ciudad de Barrancabermeja para entregar, tanto en la comunidad, como en instituciones educativas y empresariales.

❖ **Pasacalles.** Se elaboran en San Pablo donde se ilustra el nombre de la empresa y su ubicación, se piensa ubicar en la entrada estratégica al pueblo, sitio de constante paso de los pobladores e incluso personas que viajan o llegan por primera vez al pueblo.

2.9.5 Selección de Medios. De acuerdo con el tipo de servicio y el mercado objetivo se han seleccionado los siguientes medios:

- ❖ Radial (Tabacuru Stereo).
- ❖ Televisión (Canal 3 Regional San Pablo).
- ❖ Tarjetas de presentación.
- ❖ Volantes.
- ❖ Pasacalle.

2.9.6 Estrategias Publicitarias.

2.9.6.1 De lanzamiento. Como estrategia publicitaria de lanzamiento se utilizan las siguientes:

- Tres cuñas diarias radiales en la emisora Tabacuru stereo, la cual se empieza a pautar con 30 días de anterioridad al lanzamiento, todos los días del mes con una duración de 20 segundos cada una, a un valor mensual de \$300.000.

- Mensajes televisivos. Se realiza con 30 días de anterioridad al lanzamiento de la empresa dentro de las cuales se transmite 1 emisión diaria, a valor de \$500.000 por un mes.

- Pasacalle. Se utiliza uno al entrar al pueblo, a valor de \$280.000.

2.9.6.2 De operación. Para continuar y mantener en el mercado la imagen de la empresa y generar recordación en el cliente objetivo se utilizan las siguientes estrategias publicitarias de operación:

- Tres cuñas diarias radiales en la emisora Tabacuru stereo, todos los días del mes con una duración de 20 segundos cada una, a un valor mensual de \$300.000.

- Tarjetas de presentación. Se timbran el número mínimo que producen las tipografías que es de 1.000 tarjetas con el logotipo, emblema, descripción del servicio prestado y el nombre del gerente o representante legal. A un valor de \$65.000.

- Volantes. Se timbran 1.000 volantes a valor de \$25.000 el paquete.

2.9.7 Presupuesto para la publicidad y la promoción. Para esta parte del proyecto los rubros estimados, se presentan con base en las cotizaciones solicitadas las cuales se encuentran en el **anexo D**.

2.9.7.1 De lanzamiento. Esta publicidad se halla estimada a realizar el primer mes de funcionamiento del salón, la cual asciende a un valor de \$2.915.000. Sus valores se detallan así:

Cuadro 16. Presupuesto publicidad de lanzamiento.

PUBLICIDAD	PERIODO	CANTIDAD	TOTAL ANUAL
Anuncios radiales TABACURU STEREO.	1er. Mes	3 cuñas día	\$1.800.000
Pasacalle			\$130.000
Volantes	AÑO	1.000	\$25.000
Televisión CANAL 3 REGIONAL SAN PABLO	1er. mes	1 emisión	\$960.000
TOTAL			\$2.915.000

Fuente: Cotizaciones varias.

2.9.7.2 De operación. Para continuar y mantenerse en el mercado se pondrá en marcha la publicidad de sostenimiento, mediante anuncios radiales en la emisora TABACURU STEREO, debido a que es una de las más sintonizadas por la comunidad. Al igual que la entrega de tarjetas de presentación y volantes entregados a instituciones educativas y empresariales y población en general. Para

dar mayor presencia e incentivar eventos sociales la publicidad televisiva en el canal regional de San Pablo (Bolívar). Ver valores en el siguiente cuadro.

Cuadro 17. Presupuesto publicidad de operación.

PUBLICIDAD	PERIODO	CANTIDAD	TOTAL ANUAL
Anuncios radiales TABACURU STEREO.	Mensual AÑO 1 al 5	3 cuñas diarias \$150.000	\$1.800.000
Tarjetas de Presentación TIPOGRAFÍA ROCHY	Semestral AÑO 1 al 5	1.0 tarjetas \$65.000 x 2	\$130.000
Volantes	AÑO	1.000	\$25.000
Televisión CANAL 3 REGIONAL SAN PABLO	Mensual (1) AÑO 1 al 5	1 emisión mes \$180.000	\$960.000
TOTAL			\$2.915.000

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Una vez realizado el estudio de mercados se pudo concluir que desde el punto de vista del mercado el proyecto es viable dado que: tanto el 100% de la población como las instituciones educativas y empresariales requieren el servicio.

En cuanto a la oferta de salones multifuncionales está reflejada por las aulas de clase y salones comunales los cuales, permiten el desarrollo de reuniones prestándolo como ayuda no con fin comercial.

Cuando se trata de escoger las especificaciones del salón priman al amplitud, comodidad, dotación de equipos audiovisuales y capacidad para lograr agrupar al mayor número de personas a quien se quiere llegar.

La luz presenta fallas permanentes y es importante que el salón multifuncional tenga su propia planta eléctrica.

El 100% de la población está de acuerdo y está en disposición de apoyar la idea de la creación de un salón multifuncional para conferencias y eventos sociales, debido a que se emplea un lugar de concertación de actividades en donde se pueda agrupar un mayor número de personas y condiciones físicas y climáticas adecuadas.

Según el trabajo de campo realizado en la población previa muestra escogida, se nota una gran acogida de la idea de la creación de un salón multifuncional no sólo para conferencias, alquiler de equipos audiovisuales sino para la realización de eventos sociales.

La población encuestada siente necesidad que exista en el municipio de San Pablo un salón multifuncional para las diversas actividades en donde tienen una masiva participación; ante la falta de un salón adecuado y de equipos audiovisuales, muchos de los eventos programados no se han podido realizar; perdiéndose por parte de la población la utilización de nuevas técnicas para capacitación, exposición y un sitio para eventos sociales.

Se programan actividades durante todos los meses del año, con mayor intensidad en los días especiales como el de la madre, maestro, del niño, brujitas y navidad, entre otros.

- ❖ Se manejan más que alquiler de salones, pagos a forma de donaciones como para que se retribuya en las aulas de clase o salones comunales.

- ❖ El 100% de instituciones educativas y empresariales apoyaría la idea y contraría dicho salón y realizan las siguientes sugerencias buena capacidad, infraestructura física adecuada y dotarlo con equipos audiovisuales.

- ❖ Existe una demanda insatisfecha del servicio del 100% para entidades empresariales, 50% de reuniones mensuales por parte de las instituciones educativas y el 100% de la demanda de eventos sociales se considera satisfecha y se quiere ganar el 25% de ese mercado durante los cinco años de vida útil del proyecto.

- ❖ Se escoge para la prestación del servicio el canal directo porque presenta ventajas en cual al conocimiento del salón y las especificaciones del cliente.

- ❖ El costo más las utilidades deseadas va a ser la estrategia de fijación de precios escogida para prestar el servicio.

- ❖ Para el lema de la empresa se acuerda "MUESTRA TUS IDEAS EN MULTISERVICIOS DE PRIMERA".

- ❖ Se escogen como estrategias de publicidad la radial, televisiva, pasacalle, tarjetas de presentación y volantes.

3. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio se presentan los requerimientos técnicos en cuanto tamaño, localización, ingeniería del proyecto, los cuales se presentan a continuación.

3.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

Aquí se define la capacidad con que cuenta la empresa a crear para la prestación del servicio tomando como base los resultados de la investigación de mercados.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Hace referencia al volumen óptimo de clientes por atender para la prestación del servicio en tiempo determinado. La finalidad es la de obtener la más alta rentabilidad (menores costos para mayores beneficios).

El tamaño del proyecto de la empresa multiservicios, depende de las necesidades del mercado y lo que se puede atender.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Para determinar el tamaño del proyecto se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda. El tamaño del proyecto frente a la demanda es analizar cuál es la demanda actual del servicio, para confrontar lo que es capaz de atender la empresa y establecer el tamaño adecuado, evitando el montaje de una estructura técnica o muy limitada o con demasiada capacidad. Es decir, establecer la balanza equilibrio entre el servicio a prestar y la estructura a montar.

Partiendo de los resultados arrojados en la investigación de mercados, se tiene en cuenta que en San Pablo, no existe una empresa o un salón con las condiciones adecuadas para prestar el servicio y frente al deseo de apoyar esta idea por parte de la población y las instituciones educativas y empresariales se estima atender el 100% de la demanda actual.

Atendiendo a las proyecciones, el número de horas a alquilar el salón son 734, durante los doce meses del año y acorde a las actividades programadas mes por mes, tanto por parte de la población como de las instituciones educativas y empresariales.

3.1.2.2 Disponibilidad de suministros e insumos. Los suministros e insumos necesarios para la puesta en marcha de la empresa como tal, son muy pocos debido a que la empresa presta es un servicio, lo cual requiere de trámite en cuanto a papelería, contratación etc. Es importante aclarar, que la consecución de insumos puede realizarse en el mismo municipio de San Pablo en municipios aledaños como Barrancabermeja y la ciudad de Bucaramanga donde se pueden conseguir mejores precios.

Los insumos se pueden adquirir en la papelería Universo y la Tipografía Barreto, San Gabriel; del municipio de Barrancabermeja, estos son:

- ❖ Talonarios membreteados para facturas.
- ❖ Resma de hojas blancas tamaño carta.
- ❖ Resma de hojas membreteadas con el logotipo de la empresa
- ❖ Tinta para impresoras.
- ❖ Carpetas.
- ❖ Disketts.
- ❖ Lápices.
- ❖ Sacapuntas eléctrico.

3.1.2.3 Tamaño y recurso humano. El recurso humano requerido para el manejo del salón multifuncional está compuesto por un administrador, una secretaria y un auxiliar de servicios varios; personal de fácil consecución en el municipio ya que existe una cooperativa encargada del suministro de personal llamada Coopservisanp, a la cual se le cancelan el pago mensual de los funcionarios.

3.1.2.4 Tamaño y disponibilidad de tecnología y equipos. La creación de una empresa como la estimada, no requiere de tecnología especial en cuanto a los medios audiovisuales como el video bean, un computador con especificaciones técnicas actuales, memoria para almacenar información, tanto para el manejo interno como para la atención de los clientes.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Esta determinada por la cantidad máxima de horas en que se puede prestar el salón, con base en los recursos con los que cuenta la empresa, refiriéndose principalmente a equipos audiovisuales e instalaciones físicas. Para la empresa de servicio salón multifuncional la unidad es el números de horas por atender anualmente.

3.1.3.1 Capacidad diseñada. Corresponde al máximo nivel posible de alquiler por horas en un determinado período de tiempo.

De acuerdo al estudio de mercados, se tomó como referencia, para calcular la capacidad diseñada, el cálculo en la prestación del servicio, representado en 8 horas diarias de lunes a sábado, es decir, 4 semanas por 6 días, igual a 24 días al mes por 12 meses del año igual 288 días por 8 horas diarias estimada máxima prestación del salón 2.304 horas al año.

Cuadro 18. Capacidad diseñada.

DESCRIPCIÓN	HORAS-DÍA	DÍAS LABORABLES SEMANA	SEMANAS DE UN MES	TOTAL DE UN MES	TOTAL DEL AÑO
Capacidad diseñada	8 x	6 x	4 x	192 =	2.304

3.1.3.2 Capacidad instalada. Se refiere esencialmente al cálculo y definición de la estructura instalada para la prestación de los servicios, constituyéndose en la base principal para el conocimiento de los costos por cada una de ellas y del desarrollo de los otros aspectos de la evaluación de un proyecto.

La capacidad instalada de la planta se toma con base en la demanda actual del servicio: 719 horas anuales, más 103 que se pueden y no se estiman atender de los colegios igual a $719+103= 822$ horas anuales.

3.1.3.3 Capacidad utilizada. Es la fracción de capacidad instalada que se estará empleando en dimensiones especiales, número de operarios, número de máquinas, tiempo de proceso y cantidad de producto terminado. Indica qué tanta demanda puede atender una planta sin incurrir en incumplimientos, ni desajustes organizacionales, ni económicos.

La capacidad utilizada del proyecto se da de acuerdo a la demanda a cubrir del servicio por parte de la población, instituciones educativas y empresariales. Para el primer año instituciones educativas (50% de 8 meses con dos reuniones mensuales y 100% de 4 meses con mayor número de reuniones por días especiales) y 100% demanda de empresas, que es de 698 horas y se incrementa gradualmente con la atención de usuarios de la población para eventos especiales, la cual asciende en el primer año, a 21 horas; a partir del segundo año por 39 horas, para el tercer año; a 57 horas; para el cuarto año a 78 horas; para el quinto año en 96 horas.

Quedando la capacidad instalada así: año uno 698 más 21 igual a **719**, para el año dos 698 más 39 horas igual a **737** horas, para el año tres 698 más 57 igual a **755** horas, para el año cuatro 698 más 78 horas igual a 776 horas, para el año cinco 698 más 96 horas igual 794.

Cuadro 19. Capacidad instalada.

AÑO	INSTITUCIONES EDUCATIVAS	PORCENTAJE A CUBRIR	DEMANDA TOMADA	DEMANDA EMPRESAS POR AÑO	TOTAL DEMANDA A CUBRIR
1 al 5	1.024 horas.	50%	512	AÑO 1 21 horas.	
1 al 5	68 horas.	100%	68	AÑO 2 39 horas.	
1 al 5	58 horas.	100%	58	AÑO 3 57 horas.	
1 al 5	40 horas.	100%	40	AÑO 4 78 horas.	
1 al 5	20 horas.	100%	20	AÑO 5 96 horas.	
1 al 5	TOTAL		698		
1	698	MÁS		21	719 horas.
2	698	MAS		39	737 horas.
3	698	MAS		57	755 horas.
4	698	MAS		78	776 horas.
5	698	MAS		96	794 horas.

La capacidad instalada y la capacidad utilizada se proyectan teniendo en cuenta las necesidades del mercado y calculando, aproximadamente, la cantidad de reuniones y eventos que podrían demandar, las cuales se reflejan así:

Cuadro 20. Capacidades del proyecto.

CAPACIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cap diseñada	2.304	2.304	2.304	2.304	2.304
Cap Instalada dda. 5. año	822	822	822	822	822
% utilización	88%	90%	92%	95%	97%
Cap Utilizada Anual	719	737	755	776	794

El número de días laborados al mes se calcula en promedio de 24, los cuales se utilizan como estándar para determinar la producción diaria del proyecto.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macrolocalización. El salón multifuncional para conferencias y eventos, se ubicará en el departamento de Bolívar en el municipio de San Pablo. El croquis de la macro localización se presenta en el **anexo E**.

3.2.2 Microlocalización. El local para la construcción y adecuación del salón multifuncional, se selecciona valorando los aspectos más relevantes de los tres sitios escogidos según el método cualitativo por puntos, presentado a continuación.

Para la localización, se realiza una comparación cualitativa de varios sitios. El procedimiento utilizado está relacionado con la jerarquización de factores cuantitativos así:

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

Para el análisis se tuvo en cuenta tres locales, todos ubicados en el municipio de San Pablo.

1er. local.	Calle 12 No. 6-75 Barrio Villajosefa.
Precio arriendo:	\$500.000 Menor
Servicios públicos:	Agua, luz, y teléfono.
Área:	9.82 mt. de Frente por 11.08 mt. de Fondo.
Vías de comunicación:	Buenas, fácil parqueo.
❖ 2do. local.	Carrera 5ta. Avda. Manuel Rudas. (no tiene las dimensiones necesarias).
Precio arriendo:	\$600.000
Servicios públicos:	Agua, luz, y teléfono.
Área:	5 mt. de Frente por 12 mt de Fondo.
Vías de acceso:	Buenas, difícil acceso al local.
❖ 3er. local.	Carrera 8 Avda. los Estudiantes (muy pequeño).
Precio :	\$500.000
Servicios públicos:	Agua, luz, y teléfono.
Área:	8 mt de Frente por 10 mt. de Fondo.
Vías de comunicación:	Buenas.

Dentro de los factores tomados como base para la elección de la mejor alternativa son los siguientes:

- Precio.
- Ubicación.
- Disponibilidad para los servicios públicos.
- Vías de acceso.
- Area.

Con los datos recolectados se aplica el método anunciado, tal como aparece en el siguiente cuadro.

Cuadro 21. Evaluación de la ubicación según el método cualitativo.

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	1er. local		2do. local		3er. Local	
		CALIFI-CACIÓN	CALIFI-PONDERADA	CALIFI-CACIÓN	CALIF. PONDER.	CALIFI-CACIÓN	CALIF. PONDER.
PRECIO	0.30	8.0	2.4	7.5	2.25	7.0	2.1
UBICACIÓN	0.25	9.0	2.25	7.5	2.25	8.0	2.0
DISP. SER.PUB.	0.10	8.0	0.8	8.0	0.8	8.0	0.8
VÍAS - ACCESO	0.10	8.0	0.8	8.0	0.8	8.0	0.8
AREA	0.25	9.0	2.25	7.5	1.8	8.0	2.0
SUMATORIA	1.00		8.5		7.9		7.7

Nota: En todos los casos el peso asignado debe sumar (1.00 para llegar al 100%).

Para la escogencia de la opción se le dió la debida importancia a cada factor y, de acuerdo a esto, se tomó una escala común, a lo que se le llama jerarquización de factores cuantitativos. La metodología es la siguiente: ya escogido el porcentaje asignado para cada factor relevante (de acuerdo a su importancia se le asigna una calificación, la cual se multiplica por el porcentaje asignado dando como resultado una calificación ponderada, así se hace con todas las opciones escogidas.

El sitio con mayor calificación ponderada (sumado factor por factor) fué el primer local, debido a que tiene una mayor área para construcción, está ubicado en más cerca que los otros dos locales del centro del municipio donde se encuentran las instituciones educativas y empresariales, y su precio es favorable para las condiciones que este local muestra.

Atendiendo los requerimientos de Planeación Municipal, no existe ninguna restricción legal para el montaje del salón multifuncional en este local. El croquis de la micro localización se presenta en el **anexo F**.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.3 Ficha técnica del servicio.

Cuadro 22. Ficha técnica del servicio.

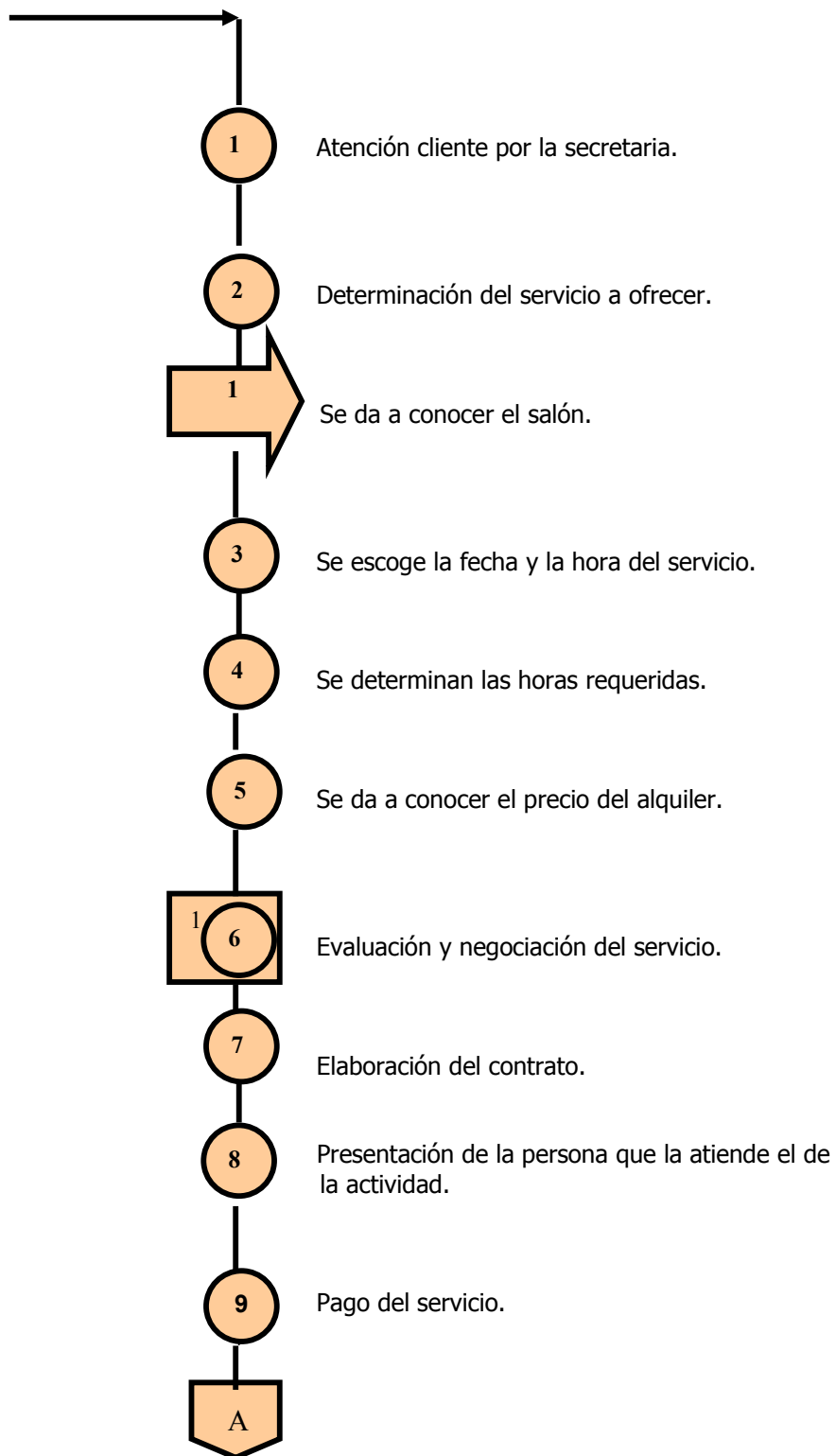
ITEM	CONCEPTO
Servicio principal	Alquiler de salón con audiovisuales.
Diseño	Atención personalizada.
Especificaciones técnicas	Capacidad de 150 personas.
Vida útil	5 años

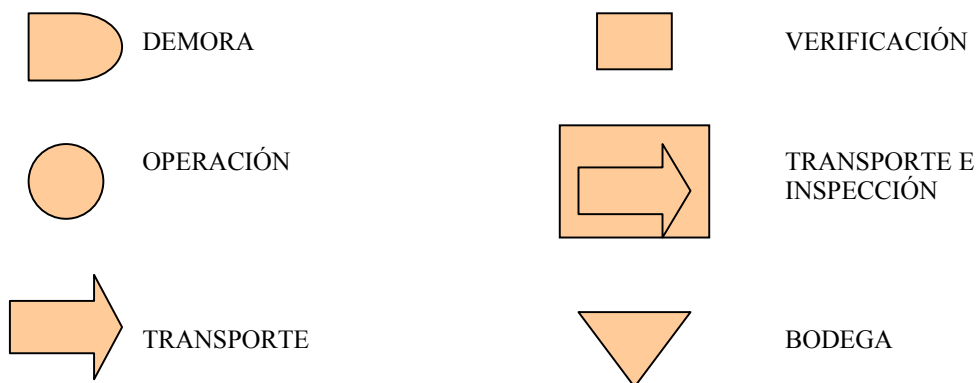
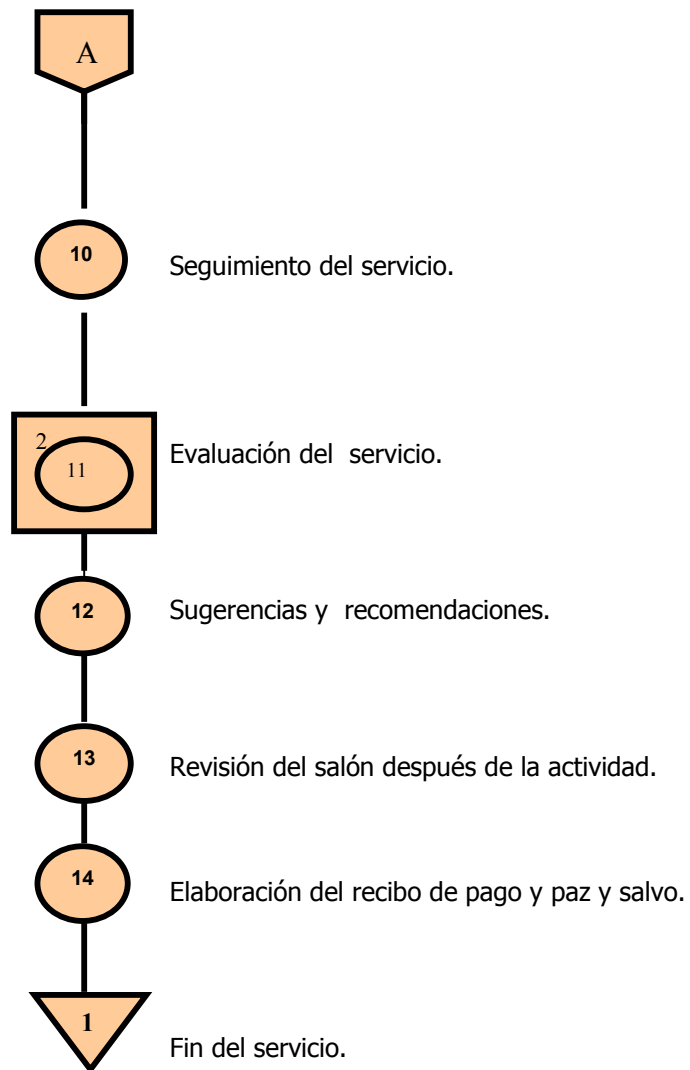
3.3.2 Descripción técnica del proceso. Para el caso de la prestación del servicio, el proceso es el siguiente:

- ❖ Se recibe la respectiva solicitud del servicio.
- ❖ Se atiende al cliente potencial mostrándole el servicio.
- ❖ Se le muestra el salón y equipos disponibles.
- ❖ Se definen fecha y hora para la actividad.
- ❖ Se establece el número de horas.
- ❖ Se da a conocer el precio del servicio.
- ❖ Se establecen condiciones de pago.
- ❖ Se procede a la legalización del servicio y firma del contrato.

3.3.3 Diagrama del proceso. Muestra la secuencia cronológica de todos los pasos a seguir en el proceso de la prestación del servicio doméstico, desde la solicitud del servicio hasta legalización de la transacción. El diagrama de proceso de producción se presenta en la siguiente figura:

Figura 14. Flujograma del proceso de la prestación del servicio de alquiler de salón multifuncional con equipos audiovisuales. Llegada del cliente y solicitud del servicio.





3.3.4 Control de calidad. Va a estar orientado siempre al mejoramiento continuo del proceso del alquiler del salón, tanto en el cumplimiento de los horarios solicitados por el cliente, como en el mantenimiento adecuado de las instalaciones del mismo. Generalmente los procesos de control involucran cuatro actividades básicas como planear, hacer, verificar y actuar, este ciclo de actividades que se repiten, una y otra vez, orientan hacia el camino para el proceso de mejoramiento continuo.

Se piensa vincular, en el conocimiento del servicio, a todos los integrantes directos e indirectos de la empresa, para así poder ser parte fundamental de un verdadero control de calidad del servicio prestado, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.

3.3.5 Recursos.

3.3.5.1 Recurso humano. La empresa contará con una planta de personal el cual será contratada por períodos de un año, con las disposiciones que conllevan la ley 50 de 1990 y ley 100 de 1991 (ver numeral 4.3.3 asignación salarial). Todo el personal que labore en la empresa, gozará de los mismos derechos y deberes, estipulados por la ley. Esta se muestra a continuación:

Mano de obra directa.

- ❖ Secretaria auxiliar contable con C.A.P. del SENA.

Mano de obra indirecta.

- ❖ Administrador, Profesional en gestión empresarial, economista o carreras afines.
- ❖ Contador público. (como asesor contable).
- ❖ Un auxiliar de servicios varios.

Cuadro 23. Mano de obra del proyecto.

NUMERO DE CARGOS	CARGOS
MANO DE OBRA TÉCNICA	
1	SECRETARIA
MANO DE OBRA DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	
1	ADMINISTRADOR
1	SERVICIOS VARIOS

Además de los cargos, anteriormente enunciados, se realizara contrato por prestación de servicios al contador publico titulado.

3.3.5.2 Recurso físico. Está compuesto por los equipos de oficina como son: un computador, impresora, calculadora, 3 escritorios, 3 sillas giratorias, 6 sillas fijas, 1 archivador, 1 fax, 1 greca, 2 papeleras de piso, entre otros. Asimismo, por los equipos audiovisuales, sillas utilizadas en la prestación del servicio y un motor o planta, eléctrica de emergencia que garantice el funcionamiento constante del salón debido a la inestabilidad del fluido eléctrico en el municipio. Ver cuadro 24. del estudio financiero.

3.3.5.3 Recurso de insumos. Los insumos a utilizar en la marcha de la empresa se refieren principalmente a la papelería, tinta para impresora y todo lo relacionado para el manejo de oficina.

3.3.5.4 Estudio de proveedores. Debido a que los equipos e insumos no son de difícil consecución para efectos de documentación de oficina y administrativa se estima adquirirlos en la ciudad de Barrancabermeja y Bucaramanga, dado que existen papelerías y tipografías que con muy buena calidad los ofrecen. Para el caso de los equipos audiovisuales se adquirirán en Santafé de Bogotá, dado que se consiguen alternativas adecuadas y a mejores precios. Los proveedores son:

Cuadro 24. Posibles proveedores.

PRODUCTO	PROVEEDORES	CIUDAD
EQUIPOS AUDIOVISUAL.	AFIGRAFICAS LTDA	BUCARAMANGA
MOBILIARIO	INDUMARAL	SANTAFÉ DE BOGOTA
EQUIPO DE COMPUTO	POWERCOM	BUCARAMANGA
AIRE ACONDICIONADO	FRIO Y CALOR	BUCARAMANGA
TARJETAS	LITO ROCHY	BARRANCABERMEJA
HOJAS MEMBRETEADAS	GRÁFICAS SAN GABRIEL	BARRANCABERMEJA
PAPELERÍA	GARANTÍA Y UNIVERSO	BARRANCABERMEJA

Fuente: Cotizaciones varias ver en el anexo D.

3.3.6 Distribución de planta. La distribución de planta del local se hace con base en el área que es de 9.08 mt. de frente por 11 mt. de fondo, ubicando el área administrativa, la bodega, la entrada y el área del salón con sus equipos audiovisuales. Ver distribución de planta en el **anexo G**.

3.3.7 Logística de distribución. Ubicándose de frente en el local, la entrada a la parte administrativa queda al lado derecho y al lado izquierdo,

con mayor amplitud, el salón, de tal forma que al solicitar el servicio se pueda mostrar este último.

En la parte posterior del área administrativa queda la bodega buscando fácil acceso, tanto desde el área administrativa como el salón.

Al entrar a la oficina inicialmente se encuentra la secretaria, persona que tiene el primer contacto con el cliente, y a la cual se le consulta el servicio, posteriormente se encuentra el gerente con quien se hace el trámite de legalización y una cafetería en donde se ubica la auxiliar de servicios varios. En fin, la logística de la distribución se realiza de acuerdo al servicio a prestar y la funcionalidad que necesita cada empleado y su interrelación con el cliente para la prestación de un excelente servicio.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

El salón a crear maneja una buena capacidad para la creación de un salón multifuncional de conferencias y eventos sociales en San Pablo (Bolívar).

Realizado el estudio técnico se pudo determinar que el proyecto técnicamente es viable porque cuenta con locales para construir el salón multifuncional con lo requerido, el cual permite atender la demanda del servicio adecuadamente.

En cuanto al recurso humano, existe personal para el desempeño de las funciones para el alquiler del salón multifuncional, y se estiman contratar con la cooperativa Coopservisan para los recursos físicos se encuentran proveedores con capacidad de ofrecer las materias primas y equipos audiovisuales requeridos.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN (Tipo de Sociedad)

La empresa a constituir será una Sociedad Limitada que tendrá como razón social el nombre "MULTISERVICIOS LTDA" y como objeto el alquiler de un salón multifuncional para conferencias con equipos audiovisuales y eventos sociales, tendrá como domicilio principal la calle 13 B con carrera 8 del barrio Villa Josefa en el municipio de San Pablo.

Dicha sociedad se conformará por cinco (5) socios, los cuales suscribirán y pagarán el capital inicial para la puesta en marcha de la empresa, según lo contemplado en el (Art. 356 C.de Co.). Los socios pueden ser mínimo dos, máximo 25. El capital está dividido en cuotas de igual valor (Art.354 C. De Co.). La razón social está seguida de la palabra Limitada o de su abreviatura Ltda.(Art.357 C.de Co.).

El período de duración será de cinco años prorrogables, contados a partir de la protocolización de la Constitución y se acogerá al sistema de tributación nacional.

La disolución parte de las causales generales, este tipo de sociedad prevé dos causas especiales:

1. Pérdida que reduzca el capital por debajo del 50%.
2. Incremento de número de socios a más de 25.

La representación de la sociedad y administración de la empresa corresponde a los dos socios, los cuales podrán nombrar un gerente estableciendo de manera clara sus atribuciones, funciones y el respectivo recurso humano requerido para su puesta en marcha.

La sociedad se constituirá por escritura pública en la cual se expresará:

❖ El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia;

- ❖ La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este código;
- ❖ El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;
- ❖ El objeto social, esto es, la actividad o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tengan una relación directa con aquel;
- ❖ El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además, el capital suscrito y el pagado, la clase y el valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que deberán cancelarse las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año;
- ❖ La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad;
- ❖ La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia.
- ❖ Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma como han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social con indicación de las reservas que deban hacerse;
- ❖ La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma;
- ❖ La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie.

- ❖ Si las diferencias que ocurran con los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores;

- ❖ El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por la ley o por el contrato, a todos o a algunos de los asociados;

- ❖ Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la Ley o en los estatutos, y

- ❖ Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato". (Art.110 C. de Co.).

- ❖ "Copia de la escritura social será inscrita en el registros mercantil de la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde la sociedad establezca su domicilio principal. Si se abren sucursales o se fijan otros domicilios, dicha escritura deberá ser registrada también en las Cámaras de Comercio que correspondan a los lugares de dichas sucursales, si no pertenecen al mismo distrito de la Cámara del domicilio principal..."(Art.111 C.de Co.).

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión. En el año 2011, el salón multifuncional de alquiler para reuniones especiales "MULTISERVICIOS LTDA", será reconocido como el mejor salón de conferencias y eventos sociales tanto en el ámbito empresarial, poblacional, cultural y educativo del municipio de San Pablo, dotado de los mejores equipos audiovisuales, logrando ser competitivo y estar a la vanguardia en la prestación del servicio, a nivel local y regional.

4.2.2 Misión. El salón de alquiler para reuniones especiales, tiene como propósito brindar la oportunidad de tener un salón que permita agrupar 150 personas aproximadamente de las se requiere reciban la misma información por eventos o fechas especiales, utilizando equipos audiovisuales innovadores con tecnología de punta, una planta física innovadora acorde a las exigencias

e importancia de las reuniones a realizar, contando con recurso humano con responsabilidad, eficiencia, humildad, dignidad, que permite el lanzamiento al mercado de un servicio de calidad.

4.2.3 Objetivos Empresariales.

- ❖ Lograr la satisfacción de la población objetivo con el servicio prestado manteniendo el interés en la solicitud permanente de nuevo servicio puesto a su disposición.
- ❖ Generar empleo directo del personal administrativo, y operativo necesario para la prestación de un servicio de calidad.
- ❖ Conseguir el apoyo y el compromiso efectivo de los dirigentes de las instituciones educativas y empresariales.
- ❖ Velar por la motivación y desarrollo integral de los trabajadores de la empresa, manteniendo un ambiente laboral favorable.
- ❖ Firmar convenios interinstitucionales con universidades para el apoyo administrativo, contable y técnico, que permitan el mejoramiento continuo de la empresa.

4.2.4 Políticas Empresariales. Las políticas que adoptará la empresa será del respeto al cliente, al prestar un servicio de excelente calidad, asumiendo, de igual manera, consideraciones especiales con su personal al retribuirle lo que, efectivamente, se gana ante la Ley y un respeto real y activo por el medio ambiente.

4.2.4.1 Personal. La empresa sub-contratará con la cooperativa "Coopservisanp" de San Pablo (Bolívar), el suministro del personal requerido de acuerdo al manual de funciones y recibirá las hojas de vida de aspirantes a los cargos exigidos (secretaria, oficios varios, celador), procediendo a la selección respectiva para las vacantes. El pago del personal se realiza a la cooperativa teniendo sólo el trato laboral con el empleado escogido; el pago oficial al empleado lo realiza la respectiva cooperativa.

El asesor contable es contratado por el sistema de prestación de servicios.

El administrador es contratado con el pago de un salario incluyendo las respectivas prestaciones sociales estipuladas por ley.

4.2.4.2 Compras. Selección de proveedores. La empresa realizará sus compras de insumos e inversión para la puesta en marcha del salón, a entidades de reconocimiento para contar con un recurso técnico de excelente calidad, que se encuentren principalmente en la región. Su pago será de contado.

4.2.4.3 Ventas. Para la venta del servicio la empresa utilizará el sistema de pago del 50% el día de la contratación del salón y el 50% restante el día en que se realice la conferencia o evento.

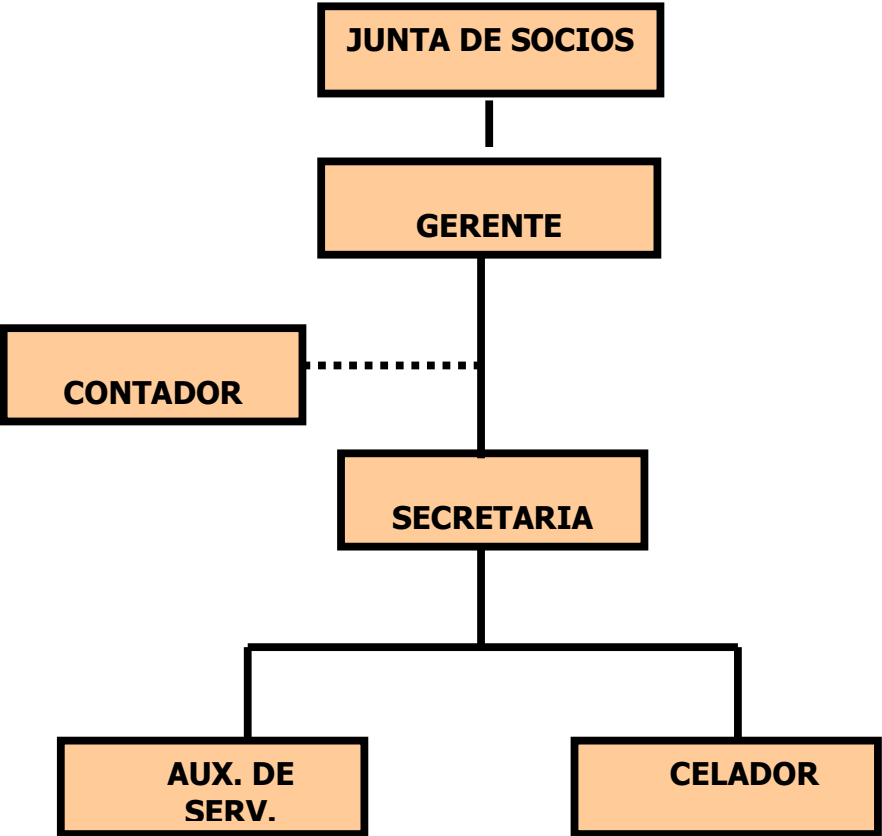
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. Está compuesta por los cargos a cubrirse para la puesta en marcha de la empresa, se refleja en el organigrama de la empresa, ver figura 15.

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. La empresa está constituida por cinco socios de los cuales, uno, estará al frente de la parte administrativa y cumplirá las veces de Gerente con su respectiva remuneración, según lo acordado por la junta de socios, se contrata una secretaria, un auxiliar de servicios varios, un celador a través de la cooperativa de suministro de personal Coopservisan que está haciendo presencia en San Pablo y un asesor contable para el manejo de la contabilidad de la empresa.

Las funciones a desarrollar por las personas que desempeñen estos cargos se presentan en los manuales de funciones ubicados después del organigrama.

Figura 15. Estructura organizacional de MULTISERVICIOS LTDA.



HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: ADMINISTRADOR	DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVA
	DIVISIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS
	Nº DE CARGOS IGUALES: 1	CARGOS QUE SUPERVISA: TODOS
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	FECHA DE ANÁLISIS: JUNIO DE 2006
FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Representar legalmente a la empresa. ➤ Planear, dirigir, controlar todas las actividades de la empresa. ➤ Presentar a la Junta de Socios, el balance general anual, junto con un informe escrito sobre la situación de la organización y un proyecto de distribución de utilidades. ➤ Presentar el presupuesto anual de ingresos y egresos de la organización. ➤ Tomar las medidas necesarias para la conservación de los bienes sociales. ➤ Impartir las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa. ➤ Cumplir y hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa. ➤ Nombrar y remover los empleados. ➤ Responder por la custodia y seguridad de los bienes de la organización. ➤ Acordar fechas de pago para las obligaciones de la organización. ➤ Redactar y calcular las cotizaciones y otros documentos. ➤ Elaborar programas de motivación para el personal de la organización. ➤ Mantener los programas de seguridad industrial y salud ocupacional. ➤ Aprobar las cuentas para los pagos. ➤ Cumplir las demás funciones que le señale la Junta de Socios y aquellas que le sean propias de acuerdo con la ley y los estatutos de la empresa. ➤ Atender a los clientes a nivel nacional. ➤ Presentar mensualmente a la Junta de Socios el balance de prueba del mes anterior y los informes que ésta solicite en relación con la organización y sus actividades. <p>FUNCIONES DEL SISTEMA DE CALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dar a conocer la política de calidad, el alcance, los objetivos del sistema de calidad. ➤ Liderar el proceso de implementación y aseguramiento de la calidad. ➤ Revisar el proceso permanentemente. ➤ Propiciar los medios necesarios para realizar las actividades del sistema de calidad. 	

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTOS	GRADO DE INSTRUCCIÓN Profesional en Administración de Empresas, Gestión empresarial e Ingeniería Industrial.
		EXPERIENCIA Dos años como mínimo en cargos similares.
		CONOCIMIENTOS ESPECIALES Manejo de ventas, comercialización de productos y finanzas en general.
		PERÍODO DE ADAPTACIÓN Un mes.
DE HABILIDAD	DE HABILIDAD	HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA Requiere habilidad mental para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan el buen desempeño de la empresa.
		HABILIDAD MANUAL Manejo de la documentación propia de la empresa.

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE RESPONSABILIDAD	POR SUPERVISIÓN ➤ Verificar que sus subalternos cumplan con eficiencia sus labores, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.
		POR MANEJO DE VALORES ➤ Dispone de plena autonomía para adquirir o cambiar los equipos, materiales y herramientas necesarias en la organización.
		POR PROCESOS ➤ En la coordinación de las etapas del cumplimiento de las funciones a cumplir por los demás empleados de la empresa. ➤ Informes sobre el funcionamiento de la empresa que deben rendirse a la junta de socios. ➤ Participar en la selección e inducción del personal. ➤ Manejar adecuadamente los secretos de la empresa. ➤ Atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.
		POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO Responde por el manejo inadecuado del escritorio y demás muebles enseres que se le asignen para cumplir el funcionamiento de la empresa.

		<p>POR MANEJO DEL PRODUCTO A FABRICAR</p> <p>Revisión de la satisfacción del cliente por el producto vendido.</p>
	DE ESFUERZO	<p>MENTAL</p> <p>Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para asignar funciones, rendir informes a sus superiores inmediatos, en la solución de problemas y tomas de decisiones.</p>
		<p>VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Esfuerzo visual permanente al observar los comportamientos, presentación, colaboración y participación de los funcionarios para con la organización. ➤ Revisar informes de producción e inventarios.
		<p>FÍSICO</p> <p>Permanece la mayor parte del tiempo sentado, ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>
	PENOSIDAD DEL CARGO	<p>CONDICIONES AMBIENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La iluminación y ventilación son artificiales. ➤ Las labores se ejecutan en un ambiente interior y exterior confortable.
		<p>RIESGOS DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Problemas visuales por el desgaste de la vista debido a la elaboración de informes.
<p>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</p> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>_____</p> <p>Elaboró</p>		

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA	DEPARTAMENTO: GERENCIA
	DIVISIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO: GERENTE
	Nº DE CARGOS IGUALES: 1	CARGOS QUE SUPERVISA: AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	FECHA DE ANÁLISIS: JUNIO DE 2006
FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento. ➤ Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo. ➤ Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos. ➤ Atender el teléfono en forma efectiva. ➤ Elaborar las cuentas de cobro, hacer seguimiento y control de ellas. ➤ Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella. ➤ Transcribir, redactar, enviar cartas, informes, documentos y otros que se requieran para el funcionamiento del salón. ➤ Atender efectivamente todo lo relacionado con el personal que requiere el alquiler del salón y mostrarlo cuando se le solicite. ➤ Mantener stock mínimo de existencias de papelería indispensable para el buen desempeño. ➤ Mantener actualizada la información de ventas para reportarla al asesor contable de la empresa. ➤ Responder oportunamente toda correspondencia que llegue a la empresa ya sea interna o de tipo externa. ➤ Liquidar y hacer los pagos a la cooperativa, asesor contable y al gerente. ➤ Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes. ➤ Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo. <p>FUNCIONES DEL SISTEMA DE CALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención agradable y personalizada al cliente. ➤ Registrar diariamente las solicitudes del alquiler. ➤ Controlar y revisar el procedimiento de compras de insumos y pagos de los alquileres. ➤ Preparar los pagos de las obligaciones para un (1) día antes de la fecha de vencimiento. 	
DEL CAR	GRADO DE INSTRUCCIÓN Secretaria general con el C.A.P. del SENA.	

	<p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un año en cargos similares. ➤ Conocimientos prácticos en el manejo de computadoras, calculadoras, sumadoras, equipos audiovisuales etc. ➤ Conocimiento prácticos en labores de coordinación, recepción y archivo de correspondencia.
	<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES</p> <p>Contabilidad general y financiera.</p>
	<p>PERÍODO DE ADAPTACIÓN</p> <p>Un mes.</p>
DE HABILIDAD	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Concentración, capacidad de análisis y síntesis, exactitud, expresión escrita, planeación de actividades. ➤ Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.
	<p>HABILIDAD MANUAL</p> <p>Permanece la mayor parte del tiempo sentada, ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>
EXIGENCIAS DEL CARGO	<p style="text-align: center;">DE RESPONSABILIDAD</p> <p>POR SUPERVISIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hacer autoinspección, revisar las labores a ejecutar por la auxiliar de servicios generales. <p>POR CONTACTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. ➤ Manejo adecuado de los secretos de la empresa. <p>POR PROCESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde por la información sobre citaciones, reuniones de los asociados y demás que le sean solicitadas por el público en general. ➤ Responde por los recursos de caja menor, para adquirir materiales o transportes requeridos para la actividad. <p>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos, equipos audiovisuales y demás maquinaria y muebles asignados.

		<p>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio. ➤ Responde por el recibo, envío y archivo de la correspondencia recibida y enviada.
DE ESFUERZO		<p>MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ En la ejecución de cartas e informes, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.
		<p>VISUAL</p> <p>Esfuerzo visual permanente en la preparación de la correspondencia, preparación de la caja menor y manejo de computadores.</p>
		<p>FÍSICO</p> <p>Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>
PENOSIDAD DEL CARGO		<p>CONDICIONES AMBIENTALES</p> <p>La iluminación y ventilación son artificiales. El clima es favorable para la utilización de aire acondicionado.</p>
		<p>RIESGOS DEL CARGO</p> <p>Problemas visuales por el desgaste de la vista debido al manejo constante de computadores, problemas ergonómicos por estar mucho tiempo sentada.</p>
<p>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</p> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>_____</p> <p>Elaboró</p>		

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE SERVICIOS	DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVA
	DIVISIÓN: OPERATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO: SECRETARIA
	Nº DE CARGOS IGUALES: 1	CARGOS QUE SUPERVISA: NINGUNO
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	FECHA DE ANÁLISIS: JUNIO DE 2006
FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisar el trabajo asignado por el jefe inmediato y darle cumplimiento. ➤ Cuidar los elementos, herramientas, materiales y equipos a su cargo. ➤ Cumplir con las normas de seguridad y salud ocupacional. ➤ Asear los equipos, herramientas, aseo general del salón, bodega y área administrativa. ➤ Otras que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza tengan relación con el cargo. <p>FUNCIONES DEL SISTEMA DE CALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participar activamente en las reuniones del sistema de calidad. ➤ Generar ideas de mejoramiento continuo para la realización de las diferentes actividades de la planta. 	
EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTOS	<p>GRADO DE INSTRUCCIÓN Básica Secundaria.</p> <hr/> <p>EXPERIENCIA No requiere.</p>

	<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES En el manejo de equipos propios para el cumplimiento de sus labores y audiovisuales.</p>
	<p>PERÍODO DE ADAPTACIÓN Quince (15) días.</p>
DE HÁBIL	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Concentración y capacidad de análisis. ➤ En la toma de decisiones pequeñas bajo el control de su superior. ➤ Dinamismo, colaboración, disciplina.
	<p>HABILIDAD MANUAL</p> <p>Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE RESPONSABILIDAD	<p>POR SUPERVISIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Son mínimas, no supervisa procesos en la prestación del servicio. ➤ No tiene personal a su cargo, por lo tanto no supervisa otros funcionarios.
		<p>POR CONTACTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Buen trato y atención de sus compañeros de trabajo y superior inmediato. ➤ Para dar y recibir información del servicio. ➤ Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
		<p>POR PROCESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No interviene en procesos de producción.
		<p>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde por el buen manejo de los equipos que utiliza en las labores propias de su cargo y audiovisuales.

		<p>POR MANEJO DEL SERVICIO A PRESTAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde por la limpieza y orden del salón.
	DE ESFUERZO	<p>MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Requiere esfuerzo mental repetitivo, de revisión.
		<p>VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Esfuerzo visual permanente en la revisión de equipos, contabilizar cantidades y demás labores propias de su cargo.
		<p>FÍSICO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Requiere esfuerzo físico mediano para arreglo del salón cuando sea alquilado.
PENOSIDAD DEL CARGO		<p>CONDICIONES AMBIENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La iluminación y ventilación son artificiales. ➤ Las labores se ejecutan en un ambiente de calor, temperatura, humedad y ruido. ➤ La temperatura es un poco pesada debido al clima de la ciudad. <p>RIESGOS DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Son leves, caídas o golpes en el cumplimiento de las funciones de aseo y arreglo del salón.
OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)		
<hr/> <hr/> <hr/>		
<hr/> Elaboró		

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE SERVICIOS	DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVA
	DIVISIÓN: OPERATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO: SECRETARIA
	Nº DE CARGOS IGUALES: 1	CARGOS QUE SUPERVISA: NINGUNO
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	FECHA DE ANÁLISIS: JUNIO DE 2006
FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisar el trabajo asignado por el jefe inmediato y darle cumplimiento. ➤ Cuidar los elementos, herramientas, materiales y equipos a su cargo. ➤ Cumplir con las normas de seguridad y salud ocupacional. ➤ Asear los equipos, herramientas, aseo general del salón, bodega y área administrativa. ➤ Otras que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza tengan relación con el cargo. <p>FUNCIONES DEL SISTEMA DE CALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participar activamente en las reuniones del sistema de calidad. ➤ Generar ideas de mejoramiento continuo para la realización de las diferentes actividades de la planta. 	
EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTOS	GRADO DE INSTRUCCIÓN Básica Secundaria.
		EXPERIENCIA No requiere.

	<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES En el manejo de equipos propios para el cumplimiento de sus labores y audiovisuales.</p>
	<p>PERÍODO DE ADAPTACIÓN Quince (15) días.</p>
DE HÁBIL	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Concentración y capacidad de análisis. ➤ En la toma de decisiones pequeñas bajo el control de su superior. ➤ Dinamismo, colaboración, disciplina.
	<p>HABILIDAD MANUAL</p> <p>Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE RESPONSABILIDAD	<p>POR SUPERVISIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Son mínimas, no supervisa procesos en la prestación del servicio. ➤ No tiene personal a su cargo, por lo tanto no supervisa otros funcionarios.
		<p>POR CONTACTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Buen trato y atención de sus compañeros de trabajo y superior inmediato. ➤ Para dar y recibir información del servicio. ➤ Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
		<p>POR PROCESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No interviene en procesos de producción.
		<p>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde por el buen manejo de los equipos que utiliza en las labores propias de su cargo y audiovisuales.

		<p>POR MANEJO DEL SERVICIO A PRESTAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde por la limpieza y orden del salón.
	DE ESFUERZO	<p>MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Requiere esfuerzo mental repetitivo, de revisión.
		<p>VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Esfuerzo visual permanente en la revisión de equipos, contabilizar cantidades y demás labores propias de su cargo.
		<p>FÍSICO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Requiere esfuerzo físico mediano para arreglo del salón cuando sea alquilado.
PENOSIDAD DEL CARGO		<p>CONDICIONES AMBIENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La iluminación y ventilación son artificiales. ➤ Las labores se ejecutan en un ambiente de calor, temperatura, humedad y ruido. ➤ La temperatura es un poco pesada debido al clima de la ciudad. <p>RIESGOS DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Son leves, caídas o golpes en el cumplimiento de las funciones de aseo y arreglo del salón.
OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)		
<hr/> <hr/> <hr/>		
<hr/> Elaboró		

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	NOMBRE DEL CARGO: CELADOR	DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVA
	DIVISIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO: GERENTE
	Nº DE CARGOS IGUALES: 1	CARGOS QUE SUPERVISA: NINGUNO
	NOMBRE DEL EMPLEADO:	FECHA DE ANÁLISIS: JUNIO DE 2006
FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<p>FUNCIONES GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisar el trabajo asignado por el jefe inmediato y darle cumplimiento. ➤ Cuidar los elementos, herramientas, materiales y equipos a su cargo. ➤ Cumplir con las normas de seguridad y salud ocupacional. ➤ Revisar inventario de equipos y oficinas. ➤ Controlar entradas y salidas a la planta de personas y vehículos. ➤ Velar por la seguridad del personal. ➤ Almacenar en la bodega el producto envasado. ➤ Otras que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza tengan relación con el cargo. <p>FUNCIONES DEL SISTEMA DE CALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participar activamente en las reuniones del sistema de calidad. ➤ Generar ideas de mejoramiento continuo para la realización de las diferentes actividades de la planta. 	
EXIGENCIAS DEL CARGO DE CONOCIMIENTOS	<p>GRADO DE INSTRUCCIÓN Secundaria, con libreta militar de 1ª categoría.</p> <hr/> <p>EXPERIENCIA Dos años en cargos similares.</p>	

	<p>CONOCIMIENTOS ESPECIALES En el manejo de equipos propios para el cumplimiento de sus labores (armas de fuego).</p>
	<p>PERÍODO DE ADAPTACIÓN Quince 15 días.</p>
DE HÁBIL	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Concentración y capacidad de análisis. ➤ En la toma de decisiones pequeñas bajo el control de su superior. ➤ Dinamismo, colaboración, disciplina.
	<p>HABILIDAD MANUAL</p> <p>Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE RESPONSABILIDAD	<p>POR SUPERVISIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ De las instalaciones del salón, equipos audiovisuales y evitar intentos de robo, la fábrica y evitar intentos de robo. ➤ No tiene personal a su cargo, por lo tanto no supervisa otros funcionarios.
		<p>POR CONTACTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Buen trato y atención de sus compañeros de trabajo y superior inmediato. ➤ Para dar y recibir información sobre quien necesita entrar en la fábrica. ➤ Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
		<p>POR PROCESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No interviene en procesos de producción.
		<p>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responde toda la maquinaria y equipo que se encuentra en el salón y estén bajo su cuidado.

		<p>POR MANEJO DEL SERVICIO A PRESTAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No entorpecer las labores de producción, en el momento de ejecutar las propias. ➤ Por materias primas y productos terminados que están bajo su custodia.
	DE ESFUERZO	<p>MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Requiere esfuerzo mental repetitivo, de revisión. <p>VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Esfuerzo visual importante para cuidar equipos y bienes de la empresa en horas diurnas y nocturnas. <p>FÍSICO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Requiere esfuerzo físico mediano para cargar el arma de dotación.
PENOSIDAD DEL CARGO		<p>CONDICIONES AMBIENTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La iluminación y ventilación son artificiales. ➤ Las labores se ejecutan en un ambiente de calor, temperatura, humedad y ruido. ➤ La temperatura es un poco pesada debido al clima de la ciudad. <p>RIESGOS DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se expone a condiciones de peligro durante la vigilancia de la empresa en caso de robo.
OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)		
<hr style="width: 30%; margin: auto;"/> <p>Elaboró</p>		

4.3.3 Asignación salarial. Se realiza con base en los cargos a crear por la empresa, contemplando la política de selección de personal escogido por la empresa que son: para los cargos de secretaria, auxiliar de servicios varios y celador sub-contratarlo con la cooperativa coopservisanp. Para asesor contable se estima una prestación de servicios mensual; valores que se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 25. Asignación salarial mensual recurso humano subcontratado.

CARGO	MODALIDAD	VALOR
SECRETARIA (tiempo completo)	SUB-CONTRATACIÓN	\$ 652.000
AUX. SERVICIOS VARIOS (medio tiempo)	SUB-CONTRATACIÓN	\$ 320.000
CELADOR	SUB-CONTRATACIÓN	\$588.000
ASESOR CONTABLE	PRESTACIÓN SERVICIOS	\$ 250.000
TOTAL		\$2.810.000

Fuente: Cooperativa Coopservisan, ver cotización anexa.

Para el administrador se realiza un contrato laboral incluyendo las prestaciones sociales contempladas por la ley, las cuales se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 26. Asignación salarial mensual administrador.

CARGO	MODALIDAD	VALOR
GERENTE	CONTRATO LABORAL	\$1.000.000

Cuadro 27. Prestaciones sociales.

ITEM	PORCENTAJE
CESANTIAS	8,333%
INTERESES DE CESANTÍA	1,000%
VACACIONES	4,167%
PRIMA	8,333%
PARAFISCALES	9,000%
SALUD Y PENSIÓN	19.625%
RIESGOS PROFESIONALES	0,522%
FACTOR PRESTACIONAL	50,980%

Fuente: Ministerio del trabajo y E.P.S.-I.S.S.

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio, se presenta la información financiera que se requiere para determinar la viabilidad del proyecto, tomando como referencia la investigación de mercados, estudio técnico, administrativo, con el fin de identificar los recursos para la puesta en marcha del servicio de alquiler del salón multifuncional.

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija. Está compuesta por los equipos, maquinaria, muebles, y enseres requeridos por la empresa a crear.

5.1.1.1 Muebles y enseres. Se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 28. Muebles y enseres. (pesos constantes).

N°	MUEBLES Y ENSERES DEL SALÓN	VL. UNIT.	VL TOTAL
2	Escritorios secretariales	\$324.000	\$648.000
1	Mesa para computador en madera con ruedas	\$245.000	\$245.000
2	Sillas giratorias ergonómicas	\$180.000	\$360.000
2	Papeleras piso en madera	\$26.250	\$52.500
1	Grapadora	\$12.800	\$12.800
1	Perforadora	\$7.060	\$7.060
1	Cuadro decorativo	\$250.000	\$250.000
1	Greca de 30 tintos	\$320.000	\$320.000
1	Dispensador de agua	\$290.000	\$290.000
150	Sillas rimas	\$24.000	\$3.600.000
100	Sillas universitarias	\$120.000	\$12.000.000
1	Mesa conferencista	\$550.000	\$550.000
10	Sillas acolchadas para conferencistas	\$95.000	\$950.000
38	Mesas rimas	\$42.000	\$1.596.000
150	Forros para sillas rimax	\$120.000	\$18.000.000
38	Forros de mesas rimas	\$7.000	\$266.000
8	Lámparas fluorescentes.	\$75.000	\$600.000
6	Ventiladores KDK	\$180.000	\$1.080.000
1	Atril	\$240.000	\$240.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES DEL SALÓN			\$41.067.360
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$41.067.360

5.1.1.2 Equipos de oficina. Se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 29. Equipos para el salón. (pesos constantes).

CANT	DESCRIPCIÓN	VL UNIT.	VL TOTAL
1	Telefax panasonic	\$280.000	\$280.000
1	Computador, estabilizador, Impresora HP 3550	\$2.800.000	\$2.800.000
1	Software windows XP, office XP	\$400.000	\$400.000
1	Calculadora Casio	\$145.000	\$145.000
1	Video-Beam	\$2.320.000	\$2.320.000
1	Minicomponente	\$570.000	\$570.000
1	Retroproyector de acetatos marca polo	\$1.300.000	\$1.300.000
1	Tablero y papelógrafo en acrílico	\$250.000	\$250.000
1	Micrófono tradicional	\$50.000	\$50.000
1	Micrófono inalámbrico	\$200.000	\$200.000
2	Aires de 3 toneladas marca LG. 36.000 B.T.U.	\$3.357.000	\$6.714.000
1	Planta eléctrica de emergencia GD-5800 Monof	\$8.574.720	\$8.574.720
TOTAL			\$ 23.603.720

5.1.1.3 Adecuaciones locativas. De acuerdo a las necesidades del salón multifuncional, acometidas eléctricas, puntos de internet, acústica se hizo la solicitud de cotización de obras a realizar al Ingeniero civil Dalmiro Díaz Vásquez, cotización que presenta en el anexo **D**, con su respectivo presupuesto valor que asciende a \$4.790.900, el cual incluye mano de obra y materiales.

5.1.1.4 Total inversión fija. En el siguiente cuadro se resumen las inversiones necesarias para la creación de un salón multifuncional con equipos audiovisuales en San Pablo.

Cuadro 30. Inversión fija (pesos constantes).

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
INVERSIONES FIJAS	\$69.461.980
Muebles y enseres	\$41.067.360
Maquinaria y equipo	\$23.603.720
Adecuaciones locativas	\$4.790.900

Las inversiones necesarias se proyectaron de acuerdo con las necesidades del proyecto.

5.1.2 Inversión diferida. Está representada por los gastos preoperativos, en que incurre la empresa antes de iniciar las actividades normales, como estudios, constitución, licencias, publicidad de lanzamiento, entre otros. Se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 31. Inversión diferida. (pesos constantes).

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
Estudio de Factibilidad	2.420.000
Gastos de Constitución	600.000
Publicidad Preoperativa y Lanzamiento	2.915.000
INVERSIONES DIFERIDAS	5.935.000

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Es el total de capital disponible en activos corrientes para la puesta en marcha del proyecto durante el ciclo productivo. Su especificación en conceptos y valores se determinan teniendo en cuenta los egresos que se presentan a continuación.

5.2.3.1 Costos del servicio.

❖ **Mano de obra directa.** Para el cálculo de esta información fue necesario determinar el salario de la mano de obra que interviene directamente en la prestación del servicio como la secretaria, el celador y auxiliar de servicios varios, según la cotización pasada por la Cooperativa Coopservisan.

Cuadro 32. Mano de obra directa. (pesos constantes).

M.O.D	Nº	SALARIO	TOTAL MES	ANUAL
SECRETARIA	1	652.000	652.000	7.824.000
AUX. SER. VAR.	1	320.000	320.000	3.840.000
CELADOR	1	588.000	588.000	7.056.000
M.O.D			1.560.000	18.720.000

❖ Costos Indirectos de Fabricación.

- **Depreciación.** Se calcula utilizando el método de línea recta, con este método es constante la tasa de depreciación, esto significa que el valor en libros decrece como una función lineal con el tiempo. El valor de salvamento se calculó teniendo en cuenta un 20% sobre el valor del activo para maquinaria y equipo, un 30% para muebles y enseres y 20% para las adecuaciones locativas. Ver depreciación en el siguiente cuadro.

Cuadro 33. Depreciación.

ACTIVO FIJO	Vr ACTIVO	Vr SALVAM	Vr DEPREC	MES	AÑO 1
Maquinaria y Equipo	23.603.720	4.720.745	18.882.975	314.717	3.776.595
Muebles y Enseres	41.067.360	12.320.210	28.747.150	479.124	5.749.430
Adecuaciones locativas	4.790.900	958.180	3.832.720	63.878	766.544
TOTALES	69.461.980	17.999.135	51.462.845	857.719	10.292.569

- **Servicios.** Comprende energía eléctrica, por valor de \$280.000, agua por valor de \$10.000 y teléfono por valor de \$50.000. Previendo lo reportado por otras entidades que han funcionado en el lugar escogido se presupuestaron los precios de los servicios por mes. También se incluye el valor del servicio de internet para el año, la instalación a un valor de \$47.908 más la mensualidad de \$65.000 igual a \$65.000 x 12 meses \$780.000 anual valor al que se le agrega sólo en el primer año la instalación quedando \$780.000 más 47.908 \$112.908. Estimándose un valor mensual por servicios de \$405.000 y anual de \$4.860.000 anuales a partir del segundo año; los cuales se cargan a costos del servicio.

- **Mantenimiento.** El mantenimiento estimado en este ítem es el del equipo de cómputo, fax, video-beam, proyector de acetatos y minicomponente. Se estima un costo de \$50.000 por cada mantenimiento realizado a cada de los 6 equipos mencionados semestralmente, es decir, 2 veces al año. Estos valores se contabilizan a partir del segundo año debido a que por ser nuevos vienen con garantía de un año y mantenimientos preventivos en este período. Es decir, se presupuestan 6 equipos por \$50.000 cada uno por 2 veces del año igual a \$600.000 anuales

- **Insumos.** Corresponde a los artículos de aseo y limpieza del salón los cuales se estiman en \$100.000 mensuales, para un total anual de \$1.200.000.

De acuerdo a lo estipulado y lo que debe cargarse a producción el total de costos del servicio se presentan en el siguiente cuadro.

❖ **Total Costos del servicio.**

Cuadro 34. Costos del servicio.

ITEM	MES	AÑO 1
MOD	1.560.000	18.720.000
COSTOS INDIRECTOS	1.460.627	17.000.477
Depreciación	857.714	10.292.569
Servicios	452.908	4.907.908
Mantenimiento	50.000	600.000
Insumos	100.000	1.200.000

TOTAL	3.020.627	35.720.477
--------------	------------------	-------------------

5.2.3.2 Gastos de administración y ventas.

- **Salario mano de obra indirecta.** Corresponde al gerente o administrador del salón multifuncional, el cual según la junta de socios aprueba la contratación legal con prestaciones con un salario mensual de \$1.000.000.

Cuadro 35. Mano de obra indirecta.

CARGO	Nº	S. BASE	F.P (50.980%)	VR MES	ANUAL
Gerente	1	1.000.000	509.800	1.509.800	18.117.600
TOTAL		1.000.000	509.800	1.509.800	18.117.600

Cuadro 36. Gastos de administración

ITEM	MES	AÑO 1
MOI	1.509.800	18.117.600
Arriendo	40.000	5.400.000
Publicidad (operación)	243.000	2.915.000
Papelería	250.000	3.000.000
Contratación externa	250.000	3.000.000
GASTOS DE ADMON-VENT	2.852.800	34.232.600
TOTAL GASTOS	2.702.800	32.232.600

- **Amortización a diferidos.** Esta amortización se realiza a cinco años previendo la vida útil del proyecto.

- **Publicidad.** De acuerdo a la información suministrada por empresas especializadas en el ramo se estima un valor de \$2.915.000 al año, como se muestra en el estudio de mercados.

- **Papelería y artículos de aseo.** Tomando como base la información anterior se calculó la papelería y artículos de aseo por valor de \$250.000 mensuales.

- **Contratación externa.** La contratación externa contempla \$250.000 de pago al contador público.

5.1.3.3 Total de inversión de capital de trabajo. Para realizar el cálculo del capital de trabajo o giro de capital se tienen las siguientes condiciones:

- **Efectivo.** Recursos necesarios para cubrir los egresos durante un mes, el cual es el resultado de dividir los egresos anuales entre 12 meses menos los egresos no

monetarios tales como depreciación administrativa, operativa y amortización de diferidos.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
MOD	1.560.000
Servicios	452.908
Mantenimiento	50.000
Insumos	100.000
MOI	1.509.800
Arriendo	450.000
Publicidad (operación)	243.000
Papelería y artículos de aseo.	250.000
Contratación externa	250.000
Crédito	583.782
Imprevistos	203.530
EFFECTIVO A 30 DIAS	5.653.020

Cuadro 37. Capital del trabajo.

5.1.3.4 Resumen de la inversión total del proyecto. La inversión total del proyecto asciende a la suma de \$81.050.000.

Cuadro 38. Inversión total del proyecto

INVERSION	AÑO 0
INVERSIONES FIJAS	\$69.461.980
INVERSIONES DIFERIDAS	\$5.935.000
CAPITAL DE TRABAJO	\$5.653.020
FLUJO DE INVERSIÓN	\$81.050.000

5.1.4 Fuentes de financiación. Debido a que la inversión asciende a un valor de \$81.050.000, los socios acuerdan aportar \$56.050.000 con recursos propios y \$25.000.000 con recursos del crédito.

Cuadro 39. Fuentes de financiación.

DESCRIPCIÓN	VALORES
RECURSOS PROPIOS	\$56.050.000
RECURSOS DEL CRÉDITO	\$25.000.000
TOTAL INVERSIÓN	\$81.050.000

5.1.4.1 Recursos propios. Constituido por los recursos propios aportados por los 5 socios que constituyen la sociedad, la cuantía asciende a \$56.050.000. El monto individual aportado asciende a la suma de \$11.210.000.

Los valores presentados en los anteriores cuadros se encuentran en términos de pesos constantes.

5.1.4.2 Recursos del crédito. Para los \$25.000.000 restantes, se realiza un crédito para cubrirlos en el Banco Agrario que es el único ente que hace presencia en San Pablo, préstamo que se estima en la semana del 12 al 16 de junio de 2006 con una tasa de 8.1 más la DTF estimada en 6.25 igual a 14.35% efectivo anual para una tasa mensual de 1.18% mes vencido (m.v.). Ver siguiente cuadro.

Cuadro 40. Financiación.

AMORTIZACION					
VALOR PRESENTE	\$		25.000.000		
TASA			1,18%		
PLAZO			60		
PERIODO MUERTO			-		
VALOR FINANCIADO	\$		(25.000.000)		
CUOTA MENSUAL	\$		583.782		
DEUDOR			MULTISERVICIOS		
CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO	INT	PRINT
0			-25.000.000,00		
1	295.000,00	288.782,10	-24.711.217,90		
2	291.592,37	292.189,73	-24.419.028,17		
3	288.144,53	295.637,57	-24.123.390,60		
4	284.656,01	299.126,09	-23.824.264,51		
5	281.126,32	302.655,78	-23.521.608,73		
6	277.554,98	306.227,12	-23.215.381,62		
7	273.941,50	309.840,60	-22.905.541,02		
8	270.285,38	313.496,72	-22.592.044,31		
9	266.586,12	317.195,98	-22.274.848,33		
10	262.843,21	320.938,89	-21.953.909,44		
11	259.056,13	324.725,97	-21.629.183,47		
12	255.224,36	328.557,73	-21.300.625,74	3.306.010	3.699.374
13	251.347,38	332.434,72	-20.968.191,02		
14	247.424,65	336.357,45	-20.631.833,57		
15	243.455,64	340.326,46	-20.291.507,11		
16	239.439,78	344.342,32	-19.947.164,79		
17	235.376,54	348.405,56	-19.598.759,24		
18	231.265,36	352.516,74	-19.246.242,50		
19	227.105,66	356.676,44	-18.889.566,06		
20	222.896,88	360.885,22	-18.528.680,84		

21	218.638,43	365.143,67	-18.163.537,17		
22	214.329,74	369.452,36	-17.794.084,81		
23	209.970,20	373.811,90	-17.420.272,91		
24	205.559,22	378.222,88	-17.042.050,03	2.746.808	4.258.576

25	201.096,19	382.685,91	-16.659.364,12		
26	196.580,50	387.201,60	-16.272.162,52		
27	192.011,52	391.770,58	-15.880.391,94		
28	187.388,62	396.393,47	-15.483.998,46		
29	182.711,18	401.070,92	-15.082.927,55		
30	177.978,55	405.803,55	-14.677.123,99		
31	173.190,06	410.592,04	-14.266.531,95		
32	168.345,08	415.437,02	-13.851.094,93		
33	163.442,92	420.339,18	-13.430.755,75		
34	158.482,92	425.299,18	-13.005.456,57		
35	153.464,39	430.317,71	-12.575.138,86		
36	148.386,64	435.395,46	-12.139.743,40	2.103.078	4.902.306
37	143.248,97	440.533,13	-11.699.210,27		
38	138.050,68	445.731,42	-11.253.478,85		
39	132.791,05	450.991,05	-10.802.487,80		
40	127.469,36	456.312,74	-10.346.175,06		
41	122.084,87	461.697,23	-9.884.477,82		
42	116.636,84	467.145,26	-9.417.332,56		
43	111.124,52	472.657,58	-8.944.674,98		
44	105.547,16	478.234,94	-8.466.440,05		
45	99.903,99	483.878,11	-7.982.561,94		
46	94.194,23	489.587,87	-7.492.974,07		
47	88.417,09	495.365,01	-6.997.609,07		
48	82.571,79	501.210,31	-6.496.398,76	1.362.039	5.643.345
49	76.657,51	507.124,59	-5.989.274,16		
50	70.673,44	513.108,66	-5.476.165,50		
51	64.618,75	519.163,35	-4.957.002,15		
52	58.492,63	525.289,47	-4.431.712,67		
53	52.294,21	531.487,89	-3.900.224,78		
54	46.022,65	537.759,45	-3.362.465,34		
55	39.677,09	544.105,01	-2.818.360,33		
56	33.256,65	550.525,45	-2.267.834,88		
57	26.760,45	557.021,65	-1.710.813,23		
58	20.187,60	563.594,50	-1.147.218,73		
59	13.537,18	570.244,92	-576.973,81		
60	6.808,29	576.973,81	-0,00	508.985	6.496.399
				10.026.920	25.000.000

Fuente: Estimación aproximada Banco Agrario de San Pablo.

5.1.5 Balance inicial momento cero. En el siguiente cuadro se presenta el balance inicial del proyecto, teniendo en cuenta la clasificación de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

Cuadro 41. Balance inicial momento cero. (Pesos constantes).

PERIODO	AÑO 0
ACTIVO	81.050.000
DISPONIBLE	5.653.020
Caja	5.653.020
ACTIVOS FIJOS	69.461.980
Depreciables	69.461.980
DIFERIDOS	5.935.000
PASIVOS	81.050.000
OBLIGACIONES BANCARIAS	25.000.000
PATRIMONIO	56.050.000
CAPITAL SOCIAL	56.050.000
RESERVA LEGAL	-
RENDIMIENTO O PERDIDA	-
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	81.050.000
BALANCE DE PRUEBA	-

5.2 COSTOS

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

Cuadro 42. Clasificación de los costos fijos.

CUENTA	VR MES	VALOR AÑO 1
MOD	1.560.000	18.720.000
Servicios producción	452.908	4.907.908
Mantenimiento	50.000	600.000
MOI	1.509.800	18.117.600
Arriendo	450.000	5.400.000
Publicidad (Contratac)	243.000	2.915.000
Contratación externa	250.000	3.000.000
Crédito	583.782	7.005.384
COSTOS FIJOS	5.099.490	60.665.892

Los anteriores egresos se consideran fijos debido a su comportamiento frente a un cambio en la prestación del servicio. Los valores se encuentran plasmados en precios constantes. Y el contenido de cada uno de ellos se explican de manera amplia en el numeral 5.1.3.1, 5.1.3.2 y 5.1.4.

5.2.2 Costos variables. Son aquellos rubros que están propensos a sufrir variación ante un cambio de la producción.

Cuadro 43. Costos variables.

CUENTA	VR MES	VALOR AÑO 1
Insumos	100.000	1.200.000
Papelería y artículos de aseo	250.000	3.000.000
COSTOS VARIABLES	350.000	4.200.000

5.2.3 Costos totales. Son todos aquellos costos que se utilizaron para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 44. Clasificación de los costos

ITEM	AÑO 1
COSTOS FIJOS	60.665.892
C. VARIABLES	4.200.000
TOTAL COSTOS	64.865.892

5.2.4 Precio de venta. Para determinar el precio de venta se tienen en cuenta el alquiler de horas estimadas a prestar para el primer año. Es decir, las 719 horas.

Por lo tanto, se toma como base el estudio de costos en que incurre la empresa para el primer año de funcionamiento, dividiéndose entre el número de horas a atender y se le incrementa el porcentaje que se desea obtener como utilidades brutas, hallando el respectivo valor con la siguiente fórmula:

$$P = \frac{C}{1 - \% \text{ deseado de utilidad}}$$

Donde: P = Precio del producto.
C = Costo total unitario del producto
% = Porcentaje deseado utilidad.

Reemplazando la fórmula para el primer año de la puesta en marcha de la empresa de acuerdo a los costos el precio es el siguiente:

❖ **PRECIO PRIMER AÑO DE LA EMPRESA PARA ORGANIZACIÓN**

$$P = \frac{64.865.892/719}{1 - (35\%)} = \frac{\$90.217}{0.65} = \$138.795 = \$138.000/\text{hora.}$$

5.3 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Ingresos proyectados.

Cuadro 45. Ingresos proyectados. (Pesos constantes).

ITEM	1	2	3	4	5
gIng. Ope.	\$99.222.000	\$101.706.000	\$104.190.000	\$107.088.000	\$109.572.000
Servicios-hr.	719	737	755	776	794
Precio	\$138.000	\$138.000	\$138.000	\$138.000	\$138.000
Total .	\$99.222.000	\$101.706.000	\$104.190.000	\$107.088.000	\$109.572.000
Ing. No Op.	-	-	-	-	\$17.999.135
Vta Act Fijos	-	-	-	-	\$17.999.135
INGRESOS	\$99.222.000	\$101.706.000	\$104.190.000	\$107.088.000	\$127.571.135

5.3.2 Egresos proyectados. Se proyectaron tomando como base la información recopilada en los ítem de costos de los servicios y gastos de administración reflejado al inicio de este capítulo; a excepción de los costos variables que se incrementan en un 2% anual, los demás costos permanecen constantes durante la vida útil del proyecto a cinco años.

Cuadro 46. Egresos proyectados. (pesos constantes).

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS	35.720.477	35.696.569	35.721.049	35.746.018	35.771.486
MOD	18.720.000	18.720.000	18.720.000	18.720.000	18.720.000
C I F	17.000.477	16.976.569	17.001.049	17.026.018	17.051.486
Depreciación	10.292.569	10.292.569	10.292.569	10.292.569	10.292.569
Servicios	4.907.908	4.860.000	4.860.000	4.860.000	4.860.000
Mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Insumos	1.200.000	1.224.000	1.248.480	1.273.449	1.298.917
GTOS ADM-VENT.	33.619.600	33.679.600	33.740.800	33.803.224	33.866.896
MOI	18.117.600	18.117.600	18.117.600	18.117.600	18.117.600
Arriendo	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000
Amort. Diferidos	1.187.000	1.187.000	1.187.000	1.187.000	1.187.000
Publicidad	2.915.000	2.915.000	2.915.000	2.915.000	2.915.000
Papelería	3.000.000	3.060.000	3.121.200	3.183.624	3.247.296
Contratación externa	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
GASTOS FROS.	7.005.384	7.005.384	7.005.384	7.005.384	7.005.384
Intereses crédito	3.306.010	2.746.808	2.103.078	1.362.039	508.985

Capital	3.699.374	4.258.576	4.902.306	5.643.345	6.496.399
GASTOS	40.624.984	40.684.984	40.746.184	40.808.608	40.872.280
EGRESOS TOTAL.	76.345.461.	76.381.553	76.467.233	76.554.626	76.643.766

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio es importante para determinar el nivel de óptimo de ventas del servicio. En este punto se determinan las cantidades y los ingresos esperados para suplir los egresos del proyecto. Para hallarlo se toman los costos fijos (**CF**), los costos variables (**CV**) y se aplica la siguiente fórmula:

❖ **Punto de equilibrio para el primer año de funcionamiento de la empresa, 459 horas.**

$$CF = 60.665.892$$

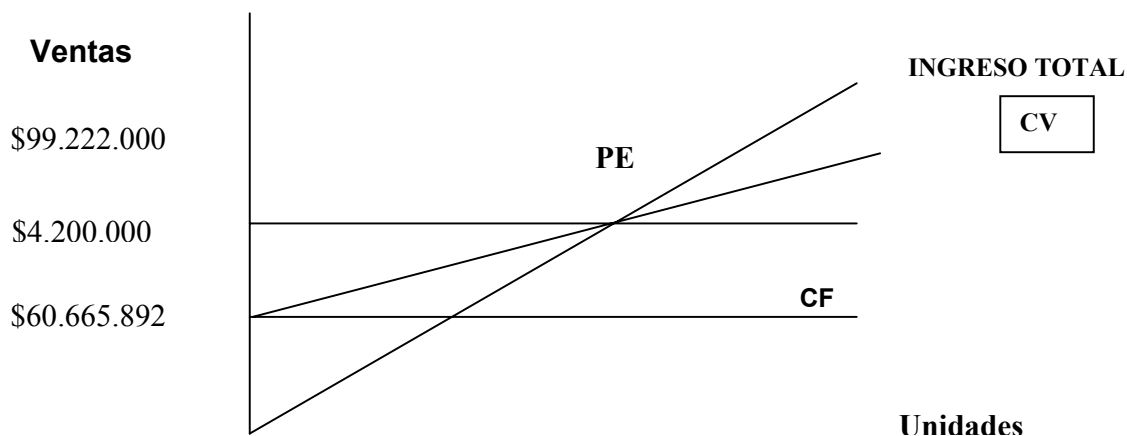
$$Cv = 4.200.000$$

$$P.E = \frac{CF}{P - Cv} = \frac{\$60.665.892}{\$138.000 - \$5.842} = \frac{\$60.665.892}{\$132.158} = 459 \text{ horas/año}$$

Analizados los costos fijos y variables para la empresa MULTISERVICIOS LTDA, el punto de equilibrio lo obtiene la empresa con los ingresos de 459 horas al año.

Su representación gráfica se presenta a continuación.

Figura 16. Punto de Equilibrio de la empresa en su primer año.



5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Muestra los resultados obtenidos en la operación normal del proyecto, en el que se incluyen los impuestos a pagar con un porcentaje del 35% según lo estipulado por ley, al igual que se toma en cuenta un 10% de reserva legal.

La puesta en marcha del salón, muestra en la operación anual del presente proyecto de acuerdo con las proyecciones realizadas desde su primer año una utilidad que se incrementa durante los cinco años de la vida útil del proyecto. Como se refleja en el siguiente cuadro.

Cuadro 47. Estado de resultados.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	99.222.000	101.706.000	104.190.000	107.088.000	109.572.000
COSTO DE PRODUCCIÓN	35.720.477	35.696.569	35.721.049	35.746.018	35.771.486
UTILIDAD OPERACIONAL	63.501.523	66.009.431	68.468.951	71.341.982	73.800.514
INGRESOS NO OPERACIÓN	-	-	-	-	17.999.135
(-) Gastos admón.	33.619.600	33.679.600	33.740.800	33.803.224	33.866.896
(-) Gastos financieros.	3.306.010	2.746.808	2.103.078	1.362.039	508.985
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	26.575.913	29.583.023	32.625.073	36.176.719	57.423.768
(-) Impuesto 35%	9.301.569	10.354.058	11.418.775	12.661.852	20.098.319
UTILIDAD DESPUES DE IMPTOS	17.274.344	19.228.965	21.206.298	23.514.867	37.325.449
(-) Reserva legal 10%	1.727.434	1.922.896	2.120.630	2.363.422	3.732.545
TOTAL	15.546.910	17.306.069	19.085.668	21.151.445	33.592.904

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Muestra los flujos monetarios del proyecto estimados en las inversiones, ingresos y egresos, necesarios para el funcionamiento del salón. Ver siguiente cuadro.

Cuadro 48. Flujo de caja.

ITEM	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ing Op	-	99.222.000	101.706.000	104.190.000	107.088.000	109.572.000
Aportes	81.050.000	-	-	-	-	-
Rec. Prop.	56.050.000					
Crédito	25.000.000					
Vta Act fijo	-	-	-	-	-	17.999.135
INGRESOS	81.050.000	99.222.000	101.706.000	104.190.000	107.088.000	127.571.135
COSTOS	-	25.427.108	25.404.000	25.428.480	25.453.449	25.478.917
G. ADMON	-	32.432.600	32.492.600	32.553.800	32.616.224	32.679.896
G. FROS.		7.005.384	7.005.384	7.005.384	7.005.384	7.005.384
Intereses		3.306.010	2.746.808	2.103.078	1.362.039	508.985
Capital		3.699.374	4.258.756	4.902.306	5.643.345	6.496.399
Inv Act	69.461.980		-	-	-	-
Gtos Preop	5.935.000	-	-	-	-	-
Pago imp.			9.301.569	10.354.058	11.418.775	12.661.852
EGRESOS	75.396.980	64.865.892	74.203.553	75.341.722	76.493.832	77.826.049
BALANCE	5.653.020	34.356.108	27.502.447	28.848.278	30.594.168	49.745.086
Saldo Inic.	-	5.653.020	40.009.128	67.511.575	96.359.853	126.954.021
Saldo Caja	5.653.020	40.009.128	67.511.575	96.359.853	126.954.021	146.104.939

5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)

De acuerdo al resultado arrojado en el flujo de caja se presenta el balance general para el primer año de funcionamiento del salón multifuncional. Ver siguiente cuadro:

Cuadro 49. Balance general consolidado.

PERIODO	AÑO 1
ACTIVO	103.926.539
DISPONIBLE	40.009.128
Caja	40.009.128
ACTIVOS FIJOS	59.169.411
No Depreciables	17.999.135
Depreciables	51.462.845
Dep acumulada	10.292.569
Activos depreciables	41.170.276
DIFERIDOS	4.748.000
Gtos preoperativos	5.935.000
-Amortización	1.187.000
Activos diferidos	4.748.000
PASIVOS	30.602.195
PROV IMPORENTA	9.301.569
OBLIGACIONES BANCARIAS	21.300.626
PATRIMONIO	73.324.344
CAPITAL SOCIAL	56.050.000
RESERVA LEGAL	1.727.434
REND PERDIDA	15.546.910
PAS Y PATRIMONIO	103.926.539
BALANCE PRUEBA	-0

5.8 CÁLCULO DE LAS RAZONES FINANCIERAS

Cuadro 50. Razones Financieras.

INDICADOR	FORMULA	AÑO 1
1. LIQUIDEZ		
1.1 Capital de Trabajo	Activo Cte - Pasivo Cte	9.406.933
2. ENDEUDAMIENTO		
2.1 Endeudamiento	(Pasivo / Activo)*100	29%
3. SOLVENCIA		
3.1 Rotación de activo total	Ingreso Operacional / Activo	1.0
4. RENTABILIDAD		
4.1 Rentabilidad de la Inversión	(Utilidad Neta / Activo)*100	32%

A través de las pruebas de liquidez, puede observarse que la empresa contará con suficiente capacidad para cubrir sus pasivos durante su primer año de vida útil, incluso sin tener que depender, en un momento dado, de la venta de sus inventarios.

Mediante la prueba de endeudamiento, puede observarse que los derechos sobre los activos, en su mayoría 71%, los poseen los socios de la empresa. El 29%, corresponden al préstamo que se hizo para cubrir la totalidad de la inversión del proyecto.

En cuanto a la rotación de activo total, de 1.0 al finalizar el primer año de funcionamiento de la empresa, muestra que las ventas netas son mayores que los activos totales.

En cuanto a la rentabilidad, puede observarse que es buena, tanto sobre activos como sobre capital e igualmente sobre las ventas y está en 32%.

5.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- ❖ La inversión a realizar para la creación del salón multifuncional en San Pablo asciende al valor de \$81.050.000.
- ❖ El precio de venta del servicio por hora según la aplicación de la respectiva fórmula es de \$138.000, estimando una ganancia del 32% en la prestación del servicio.
- ❖ El punto de equilibrio lo gana el salón con el alquiler de 459 horas en el año.
- ❖ El aporte de los cinco socios es de 11.210.000 cada uno y se estima acreditar \$25.000.000 para cubrir el total de la inversión.
- ❖ Existe un bajo nivel de endeudamiento, la mayoría de los activos pertenecen a los socios, se presenta una buena tendencia de los ingresos y la puesta en marcha del proyecto refleja una buena rentabilidad.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

Este proyecto presenta un impacto social positivo tanto a nivel de la población como de las instituciones educativas y empresariales, puesto que le permite contar con un sitio adecuado y dotado de medios audiovisuales para la preparación de conferencias, capacitaciones y realización de eventos sociales. Así mismo, contribuye a la generación de fuentes de empleo en el municipio y mejor calidad de vida de sus habitantes.

De igual forma, la puesta en marcha de un salón multifuncional de conferencias y eventos sociales; permite ofrecer una alternativa innovadora en materia educativa puesto que vincula a la tecnología a su población estudiantil y social porque se brinda la oportunidad a la comunidad de ofrecer y participar de eventos sociales al nivel de los realizados en la mayoría de las ciudades del país, para sus fiestas especiales.

En este orden de ideas, se puede precisar que son más los aspectos positivos que los negativos, visualizando que se está ganando presencia a nivel local y regional con alternativas nuevas viables y funcionales hacia un mercado laboral, a la par de los requerimientos del siglo XXI.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

La evaluación ambiental del proyecto FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN MULTIFUNCIONAL PARA CONFERENCIAS Y EVENTOS SOCIALES EN SAN PABLO BOLÍVAR, hace referencia a la revisión y estudio de los posibles impactos generados hacia el ambiente, a través de la elaboración de un diagnóstico de la situación ambiental que permite hacer un análisis detallado de la línea de proceso, determinando materias primas, residuos, productos secundarios y principal.

Así mismo, la evaluación ambiental pretende establecer un plan de manejo ambiental en donde se consiguen los programas y las acciones tendientes a la prevención y mitigación de los efectos adversos ambientales.

Estos aspectos se presentan a continuación:

❖ **Diagnóstico ambiental.** El proceso de alquiler de salón multifuncional, comprende la siguiente operación unitaria que puede generar algún tipo de impacto: **Tramitología.** Comprende todos los documentos a diligenciar para la prestación del servicio.

❖ **Valoración del impacto ambiental.** Se produce fundamentalmente un tipo de residuos: los papeles, los vasos desechables, plásticos, restos de comida, residuos ordinarios e inertes propios de la labor; manejados por el área administrativa en el cumplimiento de sus funciones y los dejados por el personal que contrata y utilice el salón; los cuales no representan ningún peligro de tipo infeccioso para la comunidad ni para el medio ambiente ya que los mismos son de tipo biodegradable.

❖ **Plan de prevención y mitigación.** El impacto ambiental negativo de este tipo de empresas es mínimo, se deriva del uso inadecuado de los residuos presentados en la prestación del servicio. Por tal razón, a continuación se describen algunos programas y acciones de mitigación.

- **Manejo integral de residuos sólidos.** Es necesario que en cada una de las operaciones del proceso se de una adecuada y eficiente separación de residuos; la sugerida es por lo menos para las siguientes categorías: desechos inorgánicos (bolsas de polietileno, icopor, papel, tela, entre otros).

Para tal efecto, debe establecerse una frecuencia y horario de recolección; se sugiere que sea diario y al final de la jornada de trabajo, todo esto debe ser concertado con la persona encargada de mantener las instalaciones administrativas y del salón en perfecto orden, aseo y limpieza, por lo cual se debe trabajar en forma coordinada entre la auxiliar de servicios varios con los recolectores de basura y principalmente con los recicladores locales o las personas que requieren de desechos inorgánicos, los cuales deben almacenarse en una bolsa plástica específica para cada tipo de residuo por ejemplo: bolsa gris para reciclable vidrio y bolsa gris reciclable papel y tenerla lista para el momento en que los encargados se desplacen al salón para retirar los residuos.

Dado que la empresa MULTISERVICIOS LTDA., no genera ruidos en grandes escalas, en el cumplimiento de sus funciones, atendiendo los criterios básicos de salud ocupacional, los empleados no deben utilizar protectores auditivos; por otra

parte las máquinas, equipos (planta de luz eléctrica) debe llevar guardas y barreras para ajustar los decibeles permitidos en estas áreas de trabajo.

❖ **Mejoramiento del ambiente en las áreas de trabajo.**

- **Limpieza.** Se recomienda el uso de productos que no presenten peligro físico alguno, que no sean inflamables, ni combustibles, que no presenten carácter ácido ó alcalino fuerte. Es importante que los productos no sean irritantes al contacto con la piel y que sean de fácil manipulación por parte del personal.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Tomando como base el Flujo de Caja Proyectado, al cual se le hace el descuento del impuesto, se halla el valor presente neto del proyecto y la tasa interna de retorno.

6.3.1 Valor Presente Neto VPN. Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para efectos de este proyecto se estimo la tasa de oportunidad del mercado, a través del costo del dinero en el mercado teniendo en cuenta la tasa efectiva anual del 6.25%, calculando el proyecto con un riesgo medio, del 6.25%, es decir, con una tasa total de 12,89%. Se aplicó la fórmula de tasas sucesivas para determinar la tasa de oportunidad del mercado. $TOM + Riesgo = (1 + I_1) (1 + I_2) - 1$.

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

$$TOM + Riesgo = (1 + 0.1425) (1 + 0.0625) - 1$$

$$TOM + Riesgo = 1,2139 - 1 = 21.39\%$$

$$\Sigma VPNT = Inversión Inicial + \Sigma VPNY + \Sigma VPNE$$

Cuadro 51. Valores presentes de la inversión.

AÑOS	21.39%	(1+i)⁻ⁿ	VPN	
-	1,21.39	1,000000000	(81.050.000)	(81.050.000)
1	1,21.39	0,885818053	40.009.128	\$ 33.003.565
2	1,21.39	0,784673623	27.502.447	\$ 18.664.034
3	1,21.39	0,695078060	28.848.278	\$ 16.127.653
4	1,21.39	0,615712694	30.594.168	\$ 14.089.870
5	1,21.39	0,545409420	49.745.086	\$ 18.872.769
		VPNY	100.757.892	
		VPNE	-81.050.000	

$$\text{VPN} = \$19.707.892$$

Se puede concluir que el VPN es superior a 1, lo que indica que el proyecto de creación de un salón multifuncional en San Pablo, viable por que es una propuesta que va a tener un efecto positivo en el mercado y presenta ventajas para el inversionista.

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR. Se define como la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero; Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es aquella que sirve para determinar la rentabilidad del proyecto, facilitando la tasa de interés con que el inversionista está recuperando lo que aportó y de esta manera saber si vale la pena el proyecto o si es mejor invertir su dinero en otro tipo de negocio que le resulte más rentable.

$$\Sigma \text{VPN} = 0$$

Con base en los datos arrojados por el Flujo Neto de Caja (FNC), y teniendo en cuenta las premisas anteriores se procedió a calcular la TIR aplicando la fórmula, dando como resultado el **32.08%**, lo cual indica que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y, además, produce un rendimiento adicional, por lo tanto resulta llamativo el proyecto.

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

Cuadro 52. Período de recuperación.

AÑO	UTILIDAD	RECUPERACIÓN	INVERSIÓN
1	\$40.009.128	\$40.009.128	
2	\$27.502.447	\$27.502.447	
3	\$28.848.278	\$13.538.425	\$81.050.000
4	\$30.594.168		
5	\$49.745.086		

7. CONCLUSIONES

- ❖ El crecimiento poblacional y la necesidad de agrupar personas para capacitar o para la realización de eventos sociales, es el factor más importante de la tendencia de creación de los salones multifuncionales tanto a nivel internacional, nacional y regional.
- ❖ Desde el punto de vista de mercados el proyecto es viable, puesto que existe una demanda del servicio, se mantiene constante y la población quiere contar una alternativa para la realización de sus eventos sociales, debido a que no existe un salón multifuncional dotado con equipos audiovisuales en San Pablo.
- ❖ La oferta del servicio está dada según favores solicitados para el préstamo de las aulas de clase y salones comunales, los cuales presentan una limitante de capacidad, instalaciones inadecuadas y falta de equipos técnicos para la capacitación.
- ❖ Para la puesta en marcha del servicio de alquiler del salón multifuncional, se cuenta con los recursos técnicos, tecnológicos y humano, así como los insumos y demás requeridos, por lo cual se determina técnicamente viable el proyecto.
- ❖ El salón multifuncional se estima crear bajo la modalidad de sociedad limitada compuesta por cinco socios de los cuales aportan \$56.050.000, tomando de recursos de crédito \$25.000.000 para realizar la totalidad de la inversión requerida para crear el salón.
- ❖ Desde el primer año de vida útil del proyecto se muestra una tendencia positiva en cuanto a los ingresos, los cuales permiten cubrir la inversión realizada en el tercer año de funcionamiento.
- ❖ El diagnóstico ambiental, muestra que no se genera un impacto ambiental negativo y puede crearse el salón.
- ❖ A nivel social, se contribuye al municipio creando un salón multifuncional puesto que genera empleo y mantiene a la vanguardia de la tecnología, medios audiovisuales y eventos sociales a la comunidad, entidades empresariales y educativas.

8. RECOMENDACIONES

- ❖ Mantener activa la comunicación proveedor – cliente con el fin de conocer la satisfacción en la prestación del servicio.
- ❖ Realizar el impulso de la prestación del servicio de alquiler frente a los eventos sociales y reuniones especiales presentadas en el municipio de San Pablo.
- ❖ Manejar la coordinación del recurso humano que atiende con los pagos que efectivamente cumpla la cooperativa a la cual se le contrata.
- ❖ Publicitar el servicio del salón multifuncional tanto para reuniones especiales de las instituciones educativas, empresariales y los eventos sociales hacia los municipios aledaños y los que pertenecen al sur de Bolívar.
- ❖ Mantener un buzón de sugerencias activo con la certeza de la revisión periódica, con el fin de evaluar lo que quiere el cliente del salón y detectar posibles fallas de los empleados encargados de atender el salón.

BIBLIOGRAFÍA

BROWN, Lewis. Audio-visual Instruction: materials and methods. Mc Graw Hill. 1964. 250 p.

CABERO, Julio. Medios audiovisuales y nuevas tecnologías para la formación en el siglo XXI. Murcia España, 1999. 102 p.

COPPEN, Helen. Las técnicas audiovisuales. Al servicio de la enseñanza. Editorial el Ateneo, Buenos Aires, 1978. 306 p.

ICONTEC. Tesis y otros trabajos de grado. Edición actualizada 2005. Santafé de Bogotá. 80 p.

KLAPPER, J.T. The effects of mass communication. The free press of Glencoe. 1960. 152 p.

PEREIRA DE GÓMEZ, María Nieves. Educación personalizada. Editorial Trillas. México, 1985. 287 p.

UNIVERSIDAD JAVERIANA. Memorias técnicas Consultoría Colombiana. Instituto Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá. 2002. 506 p.

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO ENCUESTA

**ANEXO A
CUESTIONARIO ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER "INSED" BARRANCABERMEJA
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN .**

**OBJETIVO: CONOCER LA DEMANDA DEL SERVICIO DE UN SALÓN MULTIFUNCIONAL EN
SAN PABLO.**

• PREGUNTA 1. CUÁNDO ES INVITADO PARA LA ASISTENCIA DE UNA REUNIÓN, CONFERENCIA DE APRENDIZAJE, SEMINARIO ETC. ¿CUÁLES SON LOS SITIOS DONDE ES REALIZADA DICHA PARTICIPACIÓN?

• PREGUNTA 2. ¿SON AGRADABLES, CÓMODOS Y ATRACTIVOS, PARA USTED LOS DIFERENTES SITIOS DONDE HA ASISTIDO, DENTRO DEL MUNICIPIO, A LA REALIZACIÓN DE REUNIONES, CONFERENCIAS, SEMINARIOS?

SI _____ NO _____ ¿PORQUÉ? _____

• PREGUNTA 3. ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS SITIOS DONDE LE HA TOCADO ASISTIR A LAS DIFERENTES EVENTUALIDADES DE INFORMACIÓN Y APRENDIZAJE REALIZADAS EN EL MUNICIPIO?

• PREGUNTA 4. ¿ESTARÍA DE ACUERDO Y APOYARÍA LA IDEA DE QUE EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO SE ORGANICE UN SALÓN DE CONFERENCIA MULTIFUNCIONAL?

SI _____ NO _____ ¿PORQUÉ? _____

PREGUNTA 5. ¿QUÉ SERVICIOS LE CONTRARÍA USTED A ESTE SALÓN?

"GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"

ANEXO B

CUESTIONARIO CENSO

**ANEXO B
CUESTIONARIO CENSO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER "INSED" BARRANCABERMEJA
CENSO DIRIGIDA A LAS EMPRESAS .**

**OBJETIVO: CONOCER LA DEMANDA DEL SERVICIO DE UN SALÓN MULTIFUNCIONAL EN
SAN PABLO.**

• PREGUNTA 1. ¿ACTUALMENTE DÓNDE REALIZA USTED SUS EVENTOS O REUNIONES ESPECIALES?

PREGUNTA 2. ¿ES AGRADABLE, ATRACTIVO Y FUNCIONAL EL SITIO ESCOGIDO PARA REALIZAR DICHAS REUNIONES?

SI _____ NO _____ ¿PORQUÉ? _____

PREGUNTA 3. ¿QUÉ PRECIOS HA PAGADO POR EL ALQUILER DEL SALÓN?

PREGUNTA 4. ¿ESTARÍA DE ACUERDO Y APOYARÍA LA IDEA QUE EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO SE ORGANICE UN SALÓN DE CONFERENCIAS MULTIFUNCIONAL?

• PREGUNTA 5. SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE SI ¿POR CUÁNTO TIEMPO REQUIERE EL SALÓN Y CON QUÉ PERIODICIDAD?

PREGUNTA 6. ¿QUÉ SUGERENCIAS LE HARÍA A LOS PROPONENTES DE LA IDEA DE CREACIÓN DE UN SALÓN MULTIFUNCIONAL EN SAN PABLO?

"GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"

ANEXO C

LISTADO DE EMPRESAS CENSADAS

INFORMACION DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y EMPRESAS

Colegios

1. Instituto Educativo la integrada
2. Instituto Educativo Agropecuario Comercial
3. Colegio Departamental de Bachillerato Nocturno

Escuelas

1. Instituto Educativa la Maria Auxiliadora
2. Escuela Urbana Mixta San Pablo
3. Escuela Urbana Mixta la Integrada
4. Escuela Mixta 9 de Marzo
5. Escuela Mixta Barrio Nuevo
6. Escuela Mixta el Bosque
7. Escuela los Lagos

Preescolares

1. Preescolares los Bulliciosos
2. Preescolar Pequeños Gigantes
3. Preescolar las Burbujas
4. Preescolar el Nuevo Bosque
5. Preescolar la Integrada
6. Preescolar Barrio Nuevo
7. Preescolar 9 de Marzo
8. Preescolar María Auxiliadora
9. Preescolar San Pablo

Empresas

1. Alcaldía Municipal
2. Palmas del Sur
3. Palmeros Asociados
4. Yuquera
5. Salvagro
6. Cootrafluviales
7. Transportadora San Pablo
8. Cootrachoferes
9. Hospital San Pablo
10. Cooservipan
11. Asociación de madres comunitarias
12. Programa Desarrollo y Paz del Magdalena Medio – PDPMM
13. Comerciantes Unidos
14. Autoserviio Mantilla
15. Asociación de Ganaderos Unidos

ANEXO D
COTIZACIONES VARIAS



AGROMAQ BUCARAMANGA LTDA.

NIT. 890.209.133-1



EQUIPO DE NORMA

Tanque grande : 16 Litros
Batería con cable
Mini breakes de protección
Conectores tipo Bornes

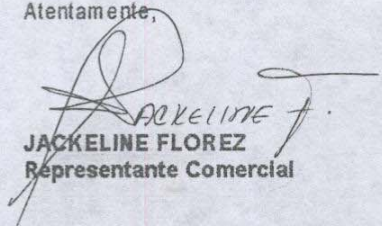
ACOPLE: : Directo con unión por tornillería y acople motor,
alternador con eje cónico
BASE : Sobre marco tabulador, equipo montado sobre
amortiguadores
PESO : 95 Kilogramos
DIMENSIONES : Largo 72 cm x Ancho 51 Altura 57

Valor	\$8.400.000
Descuento	\$1.008.000
	\$7.392.000
IVA 16%	\$1.182.720
TOTAL	\$8.574.720

CONDICIONES COMERCIALES

- Forma de pago: 50% Con el Pedido
50% Contraentrega
- Mercancía puesta en el almacén de AGROMAQ BUCARAMANGA LTDA

Atentamente,


JACKELINE FLOREZ
Representante Comercial

GERENCIA: Calle 28 No. 20-80 - Teléfono: 6301600 - Fax: 6302795
ALMACEN: Carrera 15 No. 43-16 - Teléfonos: 6420604 - 6423226 - 6423229 - 6428262 - Fax: 6423226
E-Mail: agromanga@hotmail.com - Apartado Aéreo: 689 - Bucaramanga - Colombia

DIVISIONES PISO TECHO
MODULARES



MUEBLES EN MADERA
PARA OFICINA
MESAS PARA COMPUTADOR
ESCRITORIOS - BIBLIOTECAS
SILLAS FIJAS Y GIRATORIAS
CUBREALFOMBRAS
ARCHIVADORES

FECHA: Bogota, 12 MAYO 2006

SEÑORES: AURI STELLA MARTINEZ CUELLO
ATN:

14993

TELEFONOS: 3115925753

DIRECCION

P.UNITARIO

TOTAL

CANTIDAD De acuerdo a lo solicitado nos permitimos cotizarle lo siguiente:

SILLA UNIVERSITARIA REF:959

100	ESTRUCTURA EN TUBO DE 1" AGUA NEGRA O DE 2mm. DE ESPESOR. TERMINADOS CON PINTURA ELECTROSTATICA. BRAZO CON SISTEMA ANTIPANICO DE DESPLAZAMIENTO LATERAL Y VERTICAL. CON MODULO PARA ESCRITURA EN TABLEX DE 15 M.M. ENCHAPADO EN FORMICA Y BORDES CON PERFIL P.V.C. MODULOS ESPALDA Y ASIENTO SEPARADOS Y TAPIZADOS EN PAÑO COLOR A ELEGIR CON ESPUMA DE ALTA DENSIDAD . ESPALDAR Y ASIENTO CON MODULO EN MADERA	\$ 105.000	\$	10.500.000
-----	--	------------	----	------------

SILLA ISOSCELES UNIVERSITARIA REF: 959A

100	ESTRUCTURA EN TUBO DE 1" AGUA NEGRA O DE 2mm. DE ESPESOR. TERMINADOS CON PINTURA ELECTROSTATICA. BRAZO CON SISTEMA ANTIPANICO DE DESPLAZAMIENTO LATERAL Y VERTICAL. CON MODULO PARA ESCRITURA EN TABLEX DE 15 M.M. ENCHAPADO EN FORMICA Y BORDES CON PERFIL P.V.C. MODULOS ESPALDA Y ASIENTO SEPARADOS Y TAPIZADOS EN PAÑO COLOR A ELEGIR CON ESPUMA DE ALTA DENSIDAD . ESPALDAR Y ASIENTO CON CARCAZA PLASTICA PARA MAYOR ELEGANCIA Y RESISTENCIA	\$ 120.000	\$	12.000.000
-----	--	------------	----	------------

Calle 68 No. 20-04/06 Esquina, Teléfonos: 312 5015 - 540 2962 PBX: 211 0346
Página Web: www.geocities.com/mueblesuribe, E-mail: carlos-uribe@tutopia.com
Bogotá, D.C.

DIVISIONES PISO TECHO
MODULARES



MUEBLES EN MADERA
PARA OFICINA
MESAS PARA COMPUTADOR
ESCRITORIOS - BIBLIOTECAS
SILLAS FIJAS Y GIRATORIAS
CUBREALFOMBRAS
ARCHIVADORES

FECHA: Bogota, 12 MAYO 2006

SEÑORES: AURI STELLA MARTINEZ CUELLO
ATN:

14994

TELEFONOS: 3115925753

DIRECCION

P.UNITARIO

TOTAL

CANTIDAD De acuerdo a lo solicitado nos permitimos cotizarle lo siguiente:

SILLA PARA CONFERENCIA

10	SILLA ISOSCELES SIN BRAZOS ESTRUCTURA EN TUBO DE 1" AGUA NEGRA O DE 2mm. DE ESPESOR. TERMINADOS CON PINTURA ELECTROSTATICA. TAPIZADOS EN PAÑO HILAT Y ESPUMA ROSADA DE 5MM DE ESPESOR DE ALTA DENSIDAD .	\$ 95,000 \$	950,000
200	SILLA RIMAX S/B PLASTICAS DE CUATRO PATAS COLOR BLANCO	\$ 24,000 \$	4,800,000
1	MESA PARA CONFERENCISTAS PARA 10 PERRSONAS ENCHAPADA EN FORMICA DE 25MM CON BORDE EN P.V.C Y ESTRUCTURA EN FORMA DE "H " CON SU RESPECTIVO ENCHAPE .	\$ 550,000.0 \$	550,000

NOTA: ESTOS PRECIOS NO TIENEN IVA

VISITE NUESTRA PAGINA WEB www.geocities.com/mueblesuribe

CONDICIONES:
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA
TIEMPO DE ENTREGA : A ACORDAR SEGÚN MODELO.
GARANTIA : 1 AÑO POR DEFECTO DE FABRICACION.
VALIDEZ OFERTA : 15 DIAS.

CORDIALMENTE,

Calle 68 No. 20-04/06 Esquina, Teléfonos: 312 5015 - 540 2962 PBX: 211 0346
Página Web: www.geocities.com/mueblesuribe, E-mail: carlos-uribe@tutopia.com
Bogotá, D.C.

DIVISIONES PISO TECHO
MODULARES

INDUMADERAL
URIBE

MUEBLES EN MADERA
PARA OFICINA
MESAS PARA COMPUTADOR
ESCRITORIOS - BIBLIOTECAS
SILLAS FIJAS Y GIRATORIAS
CUBREALFOMBRAS
ARCHIVADORES

NOTA: ESTOS PRECIOS NO TIENEN IVA

VISITE NUESTRA PAGINA WEB www.geocities.com/mueblesuribe

CONDICIONES:

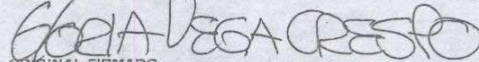
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

TIEMPO DE ENTREGA : A ACORDAR SEGÚN MODELO.

GARANTIA : 1 AÑO POR DEFECTO DE FABRICACION.

VALIDEZ OFERTA : 15 DIAS.

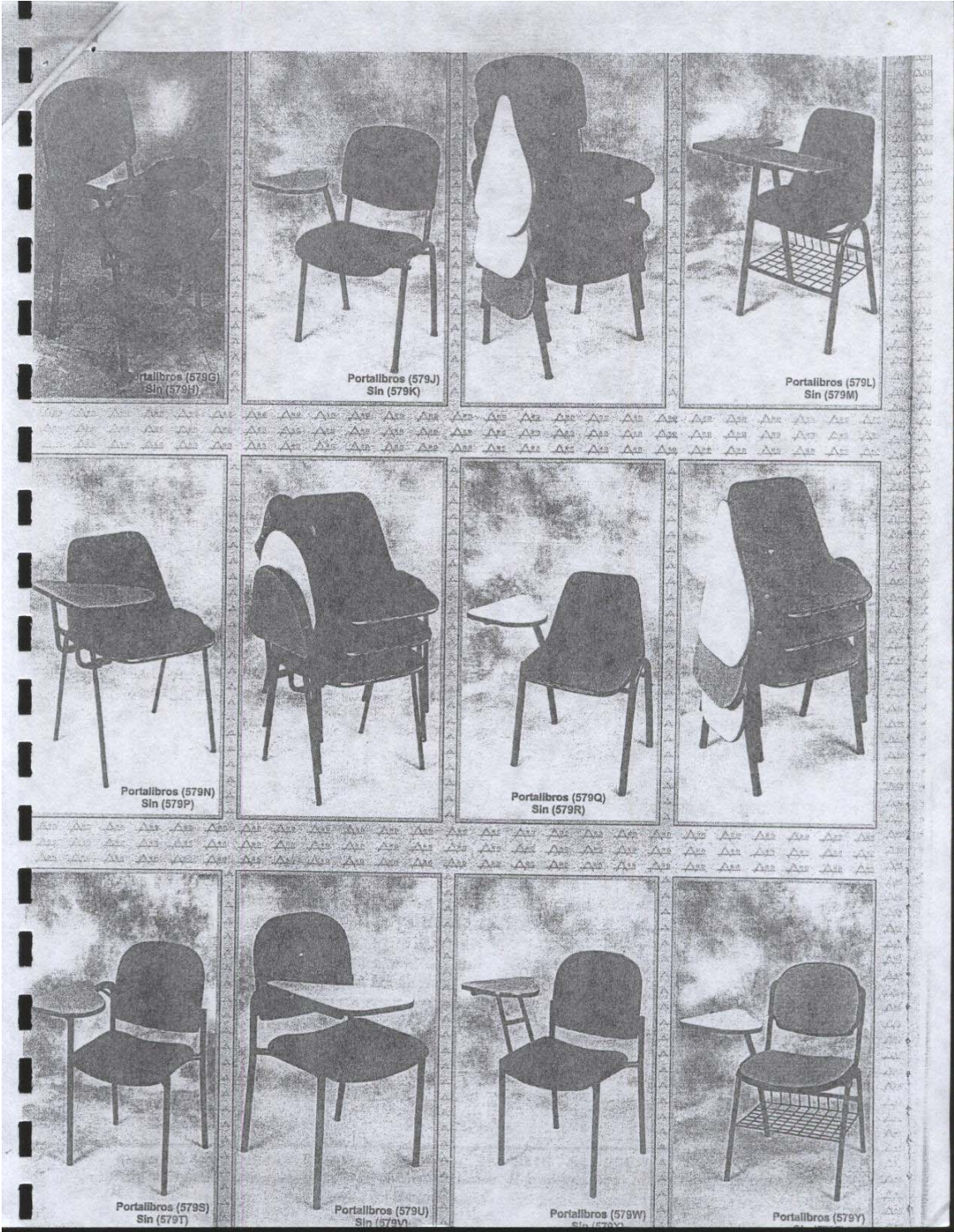
CORDIALMENTE.



ORIGINAL FIRMADO

GLORIA VEGA CRESPO

Calle 68 No. 20-04/06 Esquina, Teléfonos: 312 5015 - 540 2962 PBX: 211 0346
Página Web: www.geocities.com/mueblesuribe, E-mail: carlos-uribe@tutopia.com
Bogotá, D.C.



ENTREGA INMEDIATA

DURON 3800

Monitor LG 15" Flat.
 Procesador DURON 1.8.
 Disco Duro 80 Gigas 7200.
 DDR 256 MB.
 Caja ATX DE LUJO.
 Board Biostar.
 Video 67 Megas 3D.
 Fax Módem 56.6.
 Tarjeta Red 10/100
 Quemador cd52X
 Drive 3 1/2.
 Teclado Español.
 Mouse PS2.
 Parlantes 180W,
 Micrófono
 6 PUERTOS USB.
 FORROS, PAD MOUSE

\$ 1.040.000

SEMPRON 2800 64 Bits

Monitor Samsung 15".
 Proc Sempron 28004bits.
 Disco Duro 80 Gigas 7200.
 DDR 256 MB.
 Caja ATX DE LUJO.
 Board Asrock 64 Bits.
 Video 64 Megas 3D.
 Fax Módem 56.6.
 Tarjeta Red 10/100
 Quemador 52X, Drive 3 1/2.
 Teclado Español.
 Mouse PS2.
 Parlantes 240W,
 Micrófono
 6 PUERTOS USB.
 FORROS, PAD MOUSE

\$ 1.110.000

CELERON 2.8 64 B

Monitor LG 15" Flat.
 Procesador Celeron 2.8 64b.
 Disco Duro 80 Gigas 7200.
 DDR 256 MB.
 Caja ATX DE LUJO.
 Board ASROCK.
 Video 64 Megas 3D.
 Fax Módem 56.6.
 Tarjeta Red 10/100
 Quemador 52X, Drive 3 1/2.
 Teclado Español.
 Mouse PS2.
 Parlantes 180W,
 Micrófono
 4 PUERTOS USB.
 FORROS, PAD MOUSE

\$ 1.110.000

PENTIUM IV 3.0 GHZ

Monitor LG 15" Flat.
 Procesador PIV 3.0 GHZ
 Disco Duro 80 Gigas 7200.
 DDR 256 MB.
 Caja ATX DE LUJO.
 Board Asrock 64 bits.
 Video 64 Megas 3D.
 Fax Módem 56.6.
 Tarjeta Red 10/100
 Quemador 52X, Drive 3 1/2.
 Teclado Español.
 Mouse PS2.
 Parlantes 180W,
 Micrófono
 6 PUERTOS USB.
 FORROS, PAD MOUSE

\$ 1.320.000

Caja	
Board	
Proc	
Mem	
DD	
CD	
Monitor	
Drive	
Varios	
Varios	
Total	

ADICIONALES

Memoria ddr 512 + \$ 40.000
 Quemador DVD + \$ 45.000
 Monitor lcd 17 Acer+ \$ 275.000
 Impresora Canon Ip 1500 \$ 140.000

GARANTIA 1 AÑO

Carrera 15 No. 78-33 • LOCAL 100-1
 Tel.: 691 96 13 • Telefax: 218 70 57
 Celular: (310) 769 61 79
 Bogotá, D. C. - Colombia

Cambio de precios sin previo aviso
Ofertas hasta agotar inventario
 E-mail: pc_housecol@yahoo.es

6908 NW 51 ST • Miami Fl 33166
 Fax: (305) 386 65 68
 Celular: (305) 978 97 37
 Miami Florida - USA



BUCARAMANGA.MAYO 12 2006

COTIZACION

TIEMPO DE GARANTIA
DOCE MESES (12 meses)

SRITA AURI ESTELA MARTINEZ Y/O YAZABELLI MARTINEZ
TEL: 311 5925753

COMPUTADOR INTEL PENTIUM

PROCESADOR INTEL PENTIUM 4 DE 3.0GHZ
BOARD INTEL D 101 (VIDEO ,SONIDO,RED)
DISCO DURO 80 GB 7200 rpm
MEMORIA 512 DDR
QUEMADORA LG DVD-RW / CD-RW
TARJETA DE VIDEO ON BOARD 128MB
FAX MODEM 56K
TARJETA DE TV
TARJETA DE RED 10/100
TORRE ATX LUJO MANIJA
TECLADO, MOUSE NETSCROLL (3 MESES GARANTIA)
PARLANTES CREATIVE INSPIRE 5.1 T5400115 WATTS
MONITOR LCD 17 " SAMSUNG
IMPRESORA MUTIFUNCIONAL HP 1510
ESTABILIZADOR 1000 WATTS

VALOR IVA INCLUIDO.....\$ 2.800.000.00

NOTA : ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN RETENCIONES,VALIDEZ 8 DIAS COTIZACION

Cordialmente


MARTIN O. PRIETO
ING ELECTRONICO

TEL: 300-207 13 00
C.C. GRATAMIRA LOG. 123
E-mail: powercomtechnology@hotmail.com

MANTENIMIENTO - SUMINISTROS
REDES - HARDWARE - SOFTWARE

INDUMARAL

OFICINA ABIERTA
ESCRITORIOS - SILLAS - MUEBLES

SEÑOR (ES) <i>Auri Estrella Martínez</i>	COTIZACION
DIRECCION <i>Barranca Bermeja</i>	FECHA
TEL: <i>3115925753</i>	DIA MES AÑO
NIT.	<i>12 05 06</i>

CANTIDAD	CONCEPTO	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
<i>100</i>	<i>Silla tipo universitario, brazo basculante en Formica, espuma alta dens rotulo importado, tap. pana o ueno-tex, ergonomica, tubo cal. 18 Isocole</i>	<i>189.900</i>	<i>18.990.000</i>
<i>1</i>	<i>Mba de juntas para 10 pbs en Formica, base en madera para conferencistas</i>		<i>800.00</i>
<i>10</i>	<i>Silla Isocole sin brazos rotulo importado, espuma alta dens, tubo cal 18 aptible. Ref: 4010</i>	<i>95.900</i>	<i>959000</i>
	<i>Desuento</i>		<i>1.041.450</i>
	<i>Garantia: 1 año defectos de Fabricación Tiempo de entrega: 15 días</i>		

SON: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <i>PBX 3129065/18</i> <i>Bryan Gonzalez</i> <small>ASESOR COMERCIAL</small> </div>	SUB-TOTAL \$ <i>19.789.550</i> I.V.A. \$ <i>3.166.009</i> TOTAL \$ <i>22.953.559</i>
---	--

OBSERVACIONES:

FABRICA Y ALMACEN Avenida Kra 27 No. 9 - 26 Sur (Glorieta) * PBX: 337 00 07 * Fax: 280 10 17
 NORTE Calle 68 No. 20 - 40 * PBX: 312 90 65 * Fax: 312 90 68
 Www.empresario.com.co/indumaral * E-mail: indumaral@empresario.com.co * Bogotá, D. C. - Colombia

Sillas

INDUMARAL
... Siempre en su oficina



Galax
G.P.



Pisow
P.P.



Kazzaro
K.P.



E-chair Syncro
E.P.



Ejecutiva
Tom



Ejecutiva
Fred



Penta
Pen



Daffy
C1



Viena
C2



Red Alta
CC5



Stella SY-ECO
Seg



Robin Media
3011



Idea Media
P7



Secretaria
855



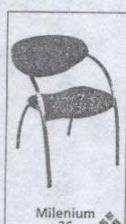
Toneth
824



Intercompac
5170



Novita
N825



Milenium
26



Isóscele
4010



Prisma
3010B



Novaiso
N4010



Victor
27A



Tony
825



Escandinava
822



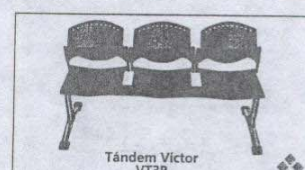
Isóscele
Universitaria
4010C



Tándem Isóscele
IT2PM



Tándem Intercompac
IT3P



Tándem Victor
VT3P

Papeleras de Escritorio
Papeleras de Piso
Percheros
Cubrealfombras
Alfombras
Persianas



Juego de Sala Impreso



Juego de Sala Universal

FRIO & CALOR
LA GRAN VITRINA

Cra 27 Calle 35 Esquina de la Gran Vitrina
Tel: 6352080 - 6343311 fax: 6453787

Fecha: Mayo 13/06
Comprador: Auri Martinez Coallo

COTIZACION
Tel. 315923753

CANT.	ARTICULO	VALOR
03	Aire Acond. Marca York	\$ 16.600.000
	5 Toneladas TIPO Mini split	\$
	Incluye Inst. (aprox.)	\$
		\$
03	A.A. Marca L.G	\$ 18.000.000
	5 Toneladas TIPO SPLIT central	\$
	Incluye Inst. (aprox)	\$
		\$
03	AA-Marca L.G	\$
	5 Toneladas TIPO PAQUETE	\$ 19.500.000
	Incluye Inst. (aprox.)	\$
1	A.A. TIPO SPLIT 3 Toneladas	3.357.000=
	Marca L.G 36.000 Btu	.

Representante de Venta

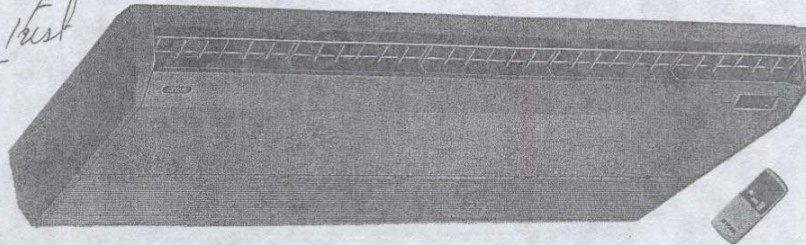


Orlis A. Villegas
ASESORA COMERCIAL

NO ES VALIDO COMO RECIBO DE PAGO

Mini-Split Piso - Techo 35000 - 55000 BTU

4.700.000 Ep
 500.000 Inst
 5.200.000



YORK

A JOHNSON CONTROLS COMPANY
 www.revolucionayork.com

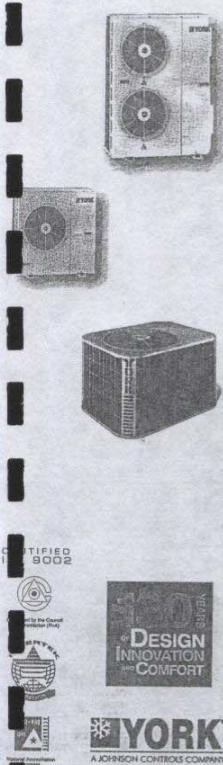
Mini-Split Piso - Techo 35000 - 55000 BTU

MINISPLIT : FLOOR/CEILING SPECIFICATIONS

Models		Indoor Unit	MCC-MCH					
			35	45	55	35	45	55
		Outdoor Unit	MCC-MOH					
		35	45	55	35	45	55	
Capacities	Cooling	Btu/h	32,000	42,000	52,000	36,000	48,000	60,000
		kW	9.4	12.3	15.3	10.5	14.1	17.6
		kcal/h	8,080	10,610	13,130	9,073	12,097	15,121
	Heating	Btu/h	32,500	42,500	52,500	36,500	48,500	60,500
		kW	9.5	12.5	15.4	10.7	14.2	17.8
		kcal/h	8,210	10,730	13,260	9,200	12,200	15,200
Compressor		Type						
Refrigerant		R-22						
Expansion Device		Restrictor						
Power Supply		V/Ph/Hz 220-240/1/50 or 380-415/3/50			208-230/1/60 or 460/3/60			
		Ph		1	3	3	3	
Power Consumption		kW	3.45	3.38	4.85	5.64	3.79	4.14
Running Current		A	16.67	7.07	9.36	11.30	17.40	7.30
Indoor Air Flow		m ³ /h	1,270	1,550	2,455	1,450	1,770	2,895
		CFM	750	915	1,445	855	1,045	1,705
Noise Level		Indoor	dBA		39/43/47	41/43/47	46/48/49	44/48/49
			Outdoor	58	60	63	58	60
System Operation Control		Wired or Wireless Remote Control with LCD Display						
Dimensions		Indoor/Outdoor	H (mm)		658/900	658/1,142	658/1,142	658/900
			W (mm)		1,548/850	1,548/850	1,845/1,060	1,548/850
			D (mm)		205/285	205/285	240/345	205/285
Net Weight		Indoor	kgs		46.5	46.5	62	46.5
			Outdoor	85	90	109	85	90
Piping		Connection Type		Flare and Nuts				
		Size	Suction		5/8"	3/4"	3/4"	5/8"
			Liquid		3/8"	3/8"	3/8"	3/8"

The Nominal Cooling Capacity is based on :
 - Indoor Air Temp. 27°C DB / 19° C WB - Outdoor Air Temp. 35°C DB
 Piping length : 5m

The Nominal Heating Capacity is based on :
 - Indoor Air Temp. 21°C DB - Outdoor Air Temp. 7°C DB/6° C WB
 Piping length : 5m



DESIGN INNOVATION COMFORT
YORK
 A JOHNSON CONTROLS COMPANY

Cotización

minerva 25-05 No.

Señor(es) <i>Amiéstela Navaraz</i>	Ciudad	Fecha	D	M	A
<i>Yasibell Martínez</i>		<i>10</i>	<i>06</i>	<i>06</i>	
Dirección	Solicitado por				

Tenemos el agrado de cotizarles en las siguientes condiciones

Fecha de entrega	D	M	A	Valida hasta
Empaque	Forma de pago <i>Contado</i>			

Item	Articulos y/o Servicios	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<i>1</i>	<i>Pro-Lite</i>		<i>1</i>	<i>\$464.000</i>	<i>\$464.000</i>

La suma de (en letras)

Total

\$464.000

Observaciones:

con IVA Inexcluido.

Atentamente

LA TIENDA DE KEVIN
Nit. 28.006.417-7
Telefax 6520888

[Signature]

PAPELERIA

Nacional

TIPOGRAFIA - LITOGRAFIA

LITOGRAFIA - TIPOGRAFIA
Calle 50A No. 16 - 159
TEL: 642 95 20
A.A. 2276
BUCARAMANGA

ALMACEN
Calle 35 No. 14 - 34
PBX: 633 50 07
FAX: 630 31 99
6304202.

Fecha: Auri stelo Navvaez Yassibell Mnez.
Señor(es):
Dirección:

DE ACUERDO CON SU AMABLE SOLICITUD, CON MUCHO GUSTO LES COTIZAMOS LO SIGUIENTE:

CANT.	DESCRIPCION DEL ARTICULO	V/UNITARIO	V/ TOTAL
1	Expositor grande caballefe. Tablero acrílico	65.000	65.000
			65.000

Condiciones:

Plazo de Entrega: Inmediato

Forma de Pago: Contado

Cordialmente: Elvino

Validez de la Oferta: 30 días

I.V.A.: 16% Incluido.

CALLE 45 No. 15-28 - TEL. 6521572
BUCARAMANGA - COLOMBIA

REGIMEN COMUN



PLAST

Diseñados para durar

LUZ DARY BRIGLIA - C. 163.496.807 - 4

C.C. ó Nit.

Tel.

Señor(es): *Christela Navariz*
Dirección: *Isabella Martinez*
Forma de Pagó: Contado Crédito

COTIZACION

Nº 0374

FECHA
DÍA MES AÑO

CANT.	D E T A L L E	VR. UNIT.	VR. TOTAL
67	Sillas Pivax Blancas	22.500	1.507.500
67	Mesas Pivax Blancas	50.000	3.350.000

SUB-TOTAL \$	4.857.500
IVA	777.200
TOTAL \$	5.634.700

ACEPTADO:

FIRMA:

BT Baccell Tecnologia

LUZ MARINA RUEDA FLOREZ Nit. 63.361.384-0 - Régimen Común
 VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS - COMPUTADORES Y ACCESORIOS
 PARA CELULARES

CENTRO COMERCIAL LA ISLA LOCAL 8-07 & 8-09 PISO 3
 TEL: 6440376 - FAX: 6338193 - BUCARAMANGA

Fecha: 10 JUNIO 2006 COTIZACION
 Señor(a): ATURI ESTELLA NAQUAER YASSABELL
 Dirección: _____ Tel: _____

PARTES Y EQUIPOS 1	PARTES Y EQUIPOS 2
BOARD	BOARD
MEMORIA	MEMORIA
PROCESADOR	PROCESADOR
DISCO DURO	DISCO DURO
CD-ROM	CD-ROM
QUEMADOR	QUEMADOR
DVD	DVD
COMBO	COMBO
FLOPPY	FLOPPY
CAJA	CAJA
MONITOR	MONITOR
TECLADO	TECLADO
PARLANTES	PARLANTES
MOUSE	MOUSE
MICROFONO	MICROFONO
ESTABILIZADOR/UPS	ESTABILIZADOR/UPS
CAMARA	CAMARA
IMPRESORA	IMPRESORA
SCANNER	SCANNER
TELON DE PROYECCION	
240 x 180	
TOTAL \$ 420.000	TOTAL \$
GARANTIA: _____	GARANTIA: _____

VENDEDOR _____



EXDOCOL

Carrera 7 No. 25-11
Teléfono 6798081
Bucaramanga - Santander
311-3250565

**Extintores y Dotaciones
de Colombia**

Espedito Suárez Páez
Nit. 91.361.260-8

REGIMEN SIMPLIFICADO

Fecha JUNIO-01-2006 COTIZACION No 0438

Señor(es) AURY MARTINEZ C.C. ó NIT. _____

Dirección SAN PABLO BOLIVAR. Tel. _____

Cant.	CLASE	Venta	Carga	Valor Unitario	Valor Total
	POLVO QUIMICO SECO 2½ LIBRAS				
	POLVO QUIMICO SECO 5 LIBRAS				
<u>2</u>	POLVO QUIMICO SECO 10 LIBRAS	<u>X</u>		<u>138000 =</u>	<u>276000 =</u>
	POLVO QUIMICO SECO 20 LIBRAS				
	POLVO QUIMICO SECO 30 LIBRAS				
	POLVO QUIMICO SECO 150 LIBRAS				
	BIOXIDO DE CARBONO 10 LIBRAS				
	BIOXIDO DE CARBONO 15 LIBRAS				
	BIOXIDO DE CARBONO 20 LIBRAS				
<u>2</u>	SOLKAFLAM 123-3700 GRAMOS	<u>X</u>		<u>480000 =</u>	<u>960000 =</u>
	SOLKAFLAM 123-9000 GRAMOS				
	AGUA A PRESION 2½ GALONES				
	JUEGO DE EMPAQUES				
	VALVULAS				
	BASTAGOS				
	MANOMETROS				
	RETENEDORES DE ALTA PRESION				
	JUEGO DE RESORTES				
	TUBOSIFÓN				
				TOTAL \$	

ALVARO SANDOVAL ORTIZ Y/O SANDOVAL IMPRESIONES NIT. 91.251.327-0 - TELS. 6366106 - BUCARAMANGA

OBSERVACIONES: _____

Cliente Vendedor Walterto González



Cra 27 Calle 35 Esquina de la Gran Vitrina
Tel: 6352080 - 6343311 fax: 6453787

Ing. Julio A. Martínez B.
Gerente

COTIZACION

oallo Tel. 3115925753

Cra. 27 No. 35 - 07 Com: 6352080 Tel: 6454762 Fax: 6453787
Bucaramanga - Colombia

	VALOR
York	\$ 16.600.000
5 Toneladas Tipo Mini Split	\$
Incluye Inst. (aprox.)	\$
03 A.A. Marca L.6	\$ 18.000.000
5 Toneladas TIPO SPLIT central	\$
Incluye Inst. (aprox)	\$
03 A.A. Marca L.6	\$
5 Toneladas TIPO PACQUETE	\$ 19.500.000
Incluye Inst. (aprox.)	\$
1 A.A. TIPO SPLIT 3 Toneladas	3.357.000 =
Marca L.6 36.000 Btu	

Representante de Venta

Orlita A. Velasco
ASESORA COMERCIAL

NO ES VALIDO COMO RECIBO DE PAGO

para los años, calidad que r su dinero. a silenciosa. ahorro de humedad en un mente. 31 su día. polvo, humo endo su peso pia y monta esticable que



Diseño moderno y compacto. Es ligero, esbelto y combina con cualquier decoración.

Instalación Fácil y Versátil.
- Verticalmente sobre el piso.
- En la parte baja de la pared.
- Horizontalmente bajo el techo.

Diagnóstico por medio de leds

Ventilador automático de tres velocidades

Aire Multi direccional. La distribución del aire en varias direcciones.

Respaldos totales. Respaldos totales de instalación, servicio, garantía y reparaciones a través de nuestra red de centros de servicio o distribuidores autorizados YORK a nivel Nacional. YORK cuenta con más de 125 años en el mercado de aire acondicionado a nivel mundial ubicándose como una marca líder en el mercado. Garantía con todo el respaldo YORK

Bienvenido al mundo YORK
Mini-Split Piso - Techo

3. SILLA TIPO OFICINA



- ▶ Base en Nylon de 5 aspas con rodachina de doble rueda, 56 CMS Diam. Sistema de elevación neumática (alcanza 12 CMS).
- Cubiertas internas y externas del espaldar y del asiento en polipropileno.
- ▶ Espacio entre espaldar y asiento de 7cms, prolongable hasta 13 CMS.
- ▶ Altura mínima del piso al asiento es de 40 CMS, máxima 52 CMS.
- ▶ Altura del piso a la parte superior del espaldar bajo es de + o - 95 CMS.
- ▶ Altura del piso a la parte superior del espaldar alto es 98 CMS.
- ▶ Plato para asiento lamina calibre 12.
- ▶ Espaldar Fijo.
- ▶ Espuma densidad 30 espesor de 5 CMS.
- ▶ Tapizado en paño escorial de Hilat.
- ▶ Asiento Bajo 39 x 45 CMS.
- ▶ Espaldar bajo de 32 x 40 CMS

Valor unitario

\$180.000.00

Políticas de ventas:

Forma de pago: 50% al elaborar el pedido y el saldo Contra entrega

Tiempo de entrega: A convenir de acuerdo a orden de compra.

Mercancia puesta en Bucaramanga.

Este valor no incluye IVA

Cordialmente,


ARMANDO RODRIGUEZ O.
Asesor Comercial

CALLE 34 28-20 TEL 6451053
E-MAIL: aromuebles@gmail.com



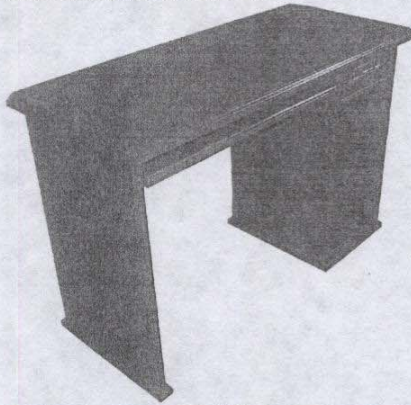
A.R.O MUEBLES

Bucaramanga, junio 12 de 2006.

Señora:
AURY MARTINEZ
Floridablanca...

De acuerdo a su solicitud tenemos el agrado de presentar a su consideración la siguiente propuesta.

1. MUEBLE DE COMPUTADOR



Elaborado en madera moncoro y MDF con acabados en tintilla. Porta teclado y cajón con cerradura

Medidas: frente 1.17 Mts fondo: 0.55 Mts alto 0.78 Mts

Valor unitario \$ 245.000.00

2. ATRIL PARA COLOCAR PORTATIL

Elaborado en Madera moncoro y mdf con acabados en tintilla.

Valor unitario \$ 240.000.00



LTDA.

CINTAS - TINTAS - TONNER
DISKETTES - CD-R - CD-RW
MOUSE - RESMAS - FORMAS
CONTINUAS - FORROS
COMPUTADORES
IMPRESORAS - PARTES
MANTENIMIENTO - RECARGAS

Bucaramanga, Junio 12 de 2006

Señora
AURI MARTINEZ
Tel: 623 61 37
Ciudad

Apreciados Señores:

En atención a su amable solicitud, nos permitimos cotizar los siguientes suministros para sistemas.

DETALLE	UND	CANT.	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
FORRO PARA SILLAS SIN BRAZOS RIMAX	UND	1	12.000,00	12.000,00
FORRO PARA MESA CUADRADA RIMAX	UND	1	7.000,00	7.000,00

FORMA DE ENTREGA : 03 DIAS
VALIDEZ DE LA COTIZACION : 15 DIAS
FORMA DE PAGO : 30 DIAS

A estos precios se les incrementa el impuesto del I.V.A. otorgado por el Gobierno Nacional.

Agradecemos la oportunidad que nos brindan de prestar un buen servicio y atención que nos caracterizan

Muy Cordialmente:


LIBARDO LOPEZ VEGA
Gerente

Carrera 25 No. 30-18 Tels. 6359002 - 6450461 - 6341337 Telefax (097) 6359002 Nit. 804.000.965-9 Bucaramanga

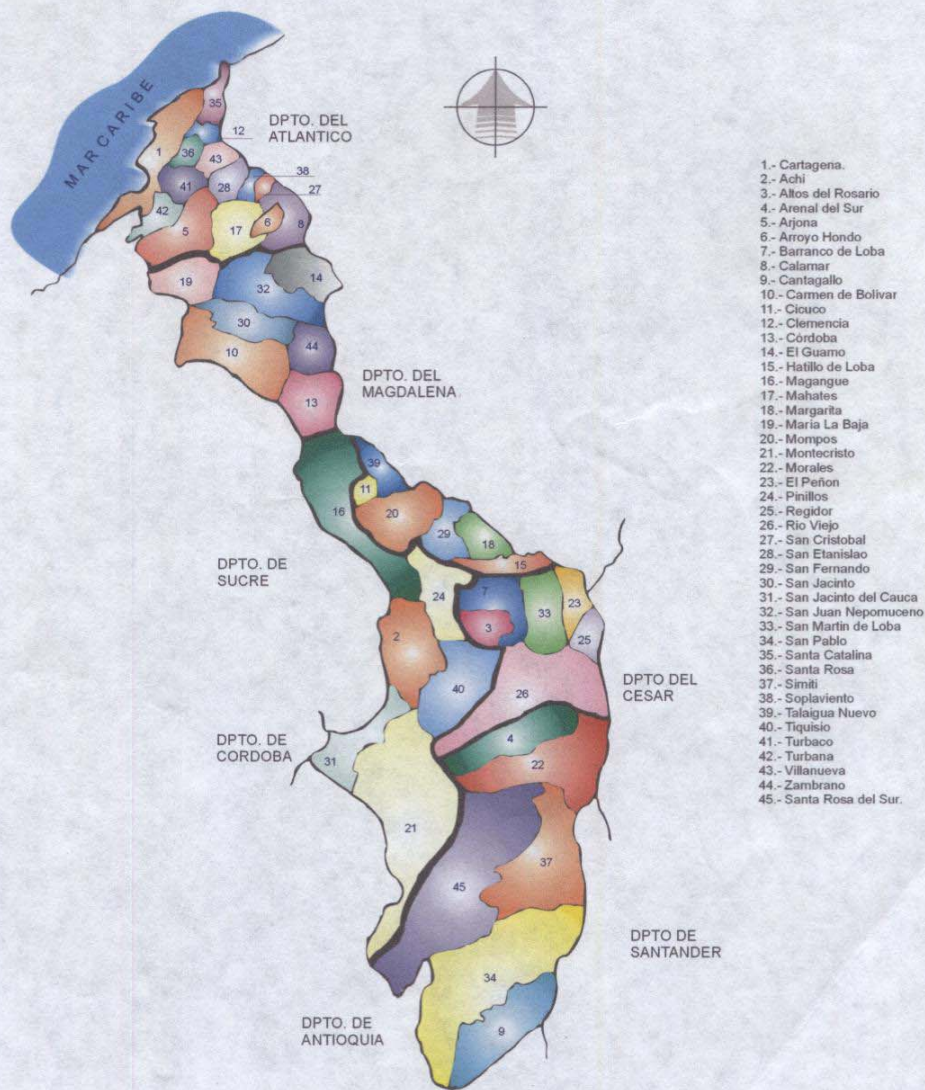
E-mail: districomput@latinmail.com

E-mail: districomput@telebucaramanga.net.co

ANEXO E

MACROLOCALIZACION

CONFORMACION MUNICIPAL DEL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR MUNICIPIOS



- 1.- Cartagena.
- 2.- Achi
- 3.- Altos del Rosario
- 4.- Arenal del Sur
- 5.- Arjona
- 6.- Arroyo Hondo
- 7.- Barranco de Loba
- 8.- Calamar
- 9.- Cantagallo
- 10.- Carmen de Bolívar
- 11.- Clouco
- 12.- Clemencia
- 13.- Córdoba
- 14.- El Guamo
- 15.- Hatillo de Loba
- 16.- Magangue
- 17.- Mahates
- 18.- Margarita
- 19.- Maria La Baja
- 20.- Mompos
- 21.- Montecristo
- 22.- Morales
- 23.- El Peñon
- 24.- Pinillos
- 25.- Regidor
- 26.- Río Viejo
- 27.- San Cristobal
- 28.- San Etanislao
- 29.- San Fernando
- 30.- San Jacinto
- 31.- San Jacinto del Cauca
- 32.- San Juan Nepomuceno
- 33.- San Martín de Loba
- 34.- San Pablo
- 35.- Santa Catalina
- 36.- Santa Rosa
- 37.- Simití
- 38.- Soplaviento
- 39.- Talaigua Nuevo
- 40.- Tiquisio
- 41.- Turbaco
- 42.- Turbana
- 43.- Villanueva
- 44.- Zambrano
- 45.- Santa Rosa del Sur.

ANEXO F

MICROLOCALIZACION



ANEXO G

DISTRIBUCION DE PLANTA

