

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIONES
AUDIOVISUALES Y LABORATORIO FOTOGRAFICO SAN ALBERTO, CESAR.**

**LUIS RODRIGO GONZALEZ CORREDOR
LILIANA MARIN RETAMOZA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER-INSED
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y ESTUDIOS A DISTANCIA
PROGRAMA DE GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2012**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIONES
AUDIOVISUALES Y LABORATORIO FOTOGRAFICO SAN ALBERTO, CESAR.**

**LUIS RODRIGO GONZALEZ CORREDOR
LILIANA MARIN RETAMOZA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director:
LUIS HOMERO PUENTES FUENTES
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER-INSED
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y ESTUDIOS A DISTANCIA
PROGRAMA DE GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2012**

DEDICATORIA

Agradezco a mi familia que son el motor de mi vida, a mi madre Mercedes Retamoza, a mi padre Rubén Darío Marín, a mis hermanos, a mi esposo Carlos Alberto Jaimes y a mi bebe que aún está creciendo dentro de mí, quienes con su apoyo me han ayudado y me ha guiado por el camino del triunfo.

Definitivamente sin la ayuda y el amor de DIOS padre todos poderoso, estos logros no se pudieran alcanzar, por eso este triunfo está dedicado especialmente al ser omnipotente, supremo y único.

Liliana Marín Retamoza

Este triunfo o proyecto lo he dedico a Dios el cual me ha otorgado sabiduría y decisión para seguir adelante y no quedarme a mitad del camino; a mi madre y a mi hermano que me han inculcado valores éticos y morales también brindado su apoyo y sus buenos consejos los cuales me han servido como apoyo para seguir luchando cuando veía que todo estaba acabado; también lo dedico a mi padre que con su apoyo económico ha contribuido en mi formación como profesional.

También a todos mis familiares que de alguna forma u otra contribuyeron en este proceso con su granito de arena.

Luis Rodrigo González Corredor

AGRADECIMIENTOS

Expresamos los más sinceros agradecimientos primeramente a nuestro Dios todo poderoso y a nuestros familiares que nos apoyaron en este proceso de formación uno de los más importantes de nuestras vidas.

A la Universidad Industrial de Santander a todos y cada uno de los docentes de tecnología y gestión empresarial del CEA San Alberto, que por espacio de 10 semestres estuvieron guiándonos, enseñándonos y transmitiéndonos sus conocimientos y sus opiniones por medio de las asesorías y que contribuyeron en nuestra idea de negocio, especialmente a nuestro asesor de proyecto el Administrador de Empresas Luis Homero Puentes fuentes.

El más sincero agradecimiento Yeny Lizbeth Cala, técnico profesión en producción de medios audiovisuales que con sus conocimientos y experiencia nos brindó toda la información técnica de la idea de negocio que se convirtió en este maravilloso proyecto.

Y por supuesto a nuestras compañeras de estudio con las cuales compartimos buenos momentos y que de una manera u otra forma nos apoyamos y nos servimos en este camino de aprendizaje.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1. GENERALIDADES.	21
1.1 ANTECEDENTES	21
1.1.1 Sector servicios	21
1.1.2 Antecedentes legales.	22
2. ESTUDIO DEL MERCADO	24
2.1. OBJETIVOS	24
2.1.1 Objetivo General.	24
2.1.2 Objetivos Específicos.	24
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO.	24
2.2.1 Especificaciones y usos de los servicios	24
2.2.2 Productos sustitutos	25
2.2.3 Producto Complementarios:	25
2.2.4 Atributos diferenciadores de los servicios	25
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	26
2.3.1. Mercado Potencial.	26
2.3.2. Mercado Objetivo	26
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	26
2.4.1 La Demanda.	26
2.4.1.1. Planteamiento del problema	27
2.4.1.2. Necesidades de información	27
2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda	28
2.4.1.4. Resultados del trabajo de campo	29
2.4.2 Estimación de la demanda.	43
2.4.3 Proyección de la demanda.	44
2.5 LA OFERTA.	44
2.5.1 Necesidades de información	45
2.5.2 Ficha Técnica de la Oferta	45
2.5.3 Resultados del trabajo de campo:	46
2.5.4 Estimación de la oferta:	58
2.5.5 Proyección de la oferta:	58
2.6. RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	59
2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION	60
2.7.1. Estructura de los canales actuales.	60
2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales	60
2.7.3. Selección de los canales de comercialización.	61
2.8. PRECIO	61
2.8.1. Análisis de precios.	61

2.8.2. Estrategias de fijación de precios.	61
2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION	62
2.9.1. Objetivos	62
2.9.2. Logotipo:	62
2.9.3. Lema:	62
2.9.4. Análisis de medios.	63
2.9.5. Selección de medios:	63
2.9.6. Estrategias.	63
2.9.7. Presupuesto de publicidad y promoción	64
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	64
3. ESTUDIO TÉCNICO	66
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	66
3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto:	66
3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto:	66
3.1.3. Capacidad del proyecto.	67
3.1.3.1 Capacidad diseñada e instalada	67
3.1.3.2 Capacidad utilizada	67
3.2.1. Macrolocalización	68
3.2.2. Mlicrolocalización:	68
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	72
3.3.1. Ficha técnica de los servicios	72
3.3.2. Descripción técnica del proceso:	72
3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento:	75
3.3.4. Control de Calidad:	77
3.3.5. Recursos.	78
3.3.5.1 Recurso humano	78
3.3.5.2. Recurso físico	78
3.3.5.3. Insumos	80
3.3.6. Estudio de proveedores:	81
3.3.7. Distribución del local:	81
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	82
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	84
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	84
4.1.1 Tipo se sociedad:	84
4.1.2 Trámites:	84
4.2. CULTURA EMPRESARIAL	86
4.2.1. Visión.	86
4.2.2. Misión.	86
4.2.3. Objetivos empresariales.	86
4.2.3.1 Clientes	86
4.2.3.2 Financieros	86
4.2.3.3 Desarrollo y crecimiento	87
4.2.3.4 Procesos internos	87

4.2.4 Políticas empresariales	87
4.2.4.1 Políticas de personal:	87
4.2.4.2. Políticas de compras	87
4.2.4.3 Políticas de ventas	88
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	88
4.3.1. Organigrama:	88
4.3.2. Descripción y perfil de cargos	89
4.3.3. Asignación salarial	92
5. ESTUDIO FINANCIERO	94
5.1. INVERSIONES	94
5.1.1. Inversión Fija:	94
5.1.1.1. Maquinaria y equipo	94
5.1.1.2. Equipo de cómputo:	94
5.1.1.3 Equipo de oficina	95
5.1.2. Inversión diferida:	95
5.1.3. Inversión en capital de trabajo:	96
5.1.3.1 Insumos	96
5.1.3.2 Mano obra directa (MOD)	97
5.1.3.3 Costos indirectos	97
5.1.3.4 Gastos de administración y ventas	101
5.1.3.5 Gastos de Financieros	102
5.1.3.6. Total Capital de trabajo	104
5.2. COSTOS	104
5.2.1. Costos fijos:	104
5.2.2. Costos variables:	105
5.2.3. Costos totales unitarios:	105
5.2.4. Precio de venta:	106
5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS	106
5.3.1. Ingresos proyectados:	106
5.3.2. Egresos Proyectados:	107
5.4. ESTADOS FINANCIEROS	108
5.4.1. Flujo de Caja Proyectado:	108
5.4.2. Estado de Resultados Proyectado:	108
5.4.3. Balance General primer año:	109
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	110
6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO.	110
6.2. IMPACTO SOCIAL R.S.E.	113
6.3. IMPACTO AMBIENTAL	113
6.3.1 Efectos sobre el ambiente natural	113
6.3.2 Políticas por mitigación del impacto ambiental	114
6.3.3 Normatividad ambiental aplicada	115
6.4. IMPACTO FINANCIERO	117
6.4.1. Valor presente neto:	117

6.4.2. Tasa interna retorno TIR	117
6.4.3. Periodo de recuperación:	117
6.4.4. Análisis de las razones financieras	118
6.4.4.2 Razones endeudamiento	118
6.4.4.3 Razones de rentabilidad	118
7. CONCLUSIONES	120
BIBLIOGRAFÍA.	122
ANEXOS	123

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Productos complementarios.	25
Cuadro 2. Número de familias de los estratos 1, 2 y 3	26
Cuadro 3. Ficha técnica de la demanda.	28
Cuadro 4. Familias que celebran las fechas especiales.	29
Cuadro 5. Frecuencia en que las familias celebran las fechas especiales.	30
Cuadro 6. Servicios utilizados cuando se realizan celebraciones.	31
Cuadro 7. Proveedor del servicio la última vez que se utilizó el servicio.	32
Cuadro 8. Motivación de las familias para la adquisición de los servicios.	33
Cuadro 9. Calificación de los servicios ofrecidos.	34
Cuadro 10. Cantidad de servicios Grabación y edición de videos necesitados anualmente.	35
Cuadro 11. Precio por cada video grabado y editado.	36
Cuadro 12. Cantidad de servicios fotográficos necesitados anualmente.	37
Cuadro 13. Precio por cada fotografía necesitada.	38
Cuadro 14. Cantidad de horas de alquiler de equipos audiovisuales.	39
Cuadro 15. Precio por hora de alquiler de equipos audiovisuales.	40
Cuadro 16. Conocimiento de empresas en el sector.	41
Cuadro 17. Aceptación de una nueva empresa.	42
Cuadro 18. Estimación de la demanda.	43
Cuadro 20. Competencia San Alberto.	45
Cuadro 21. Clase servicio prestado por la competencia.	46
Cuadro 22. Tiempo prestación del servicio.	47
Cuadro 23. Forma de constitución del negocio.	48
Cuadro 24. Número de empleados.	49
Cuadro 25. Especialización de servicios.	50
Cuadro 26. Cantidad de servicios grabación y edición de videos prestados anualmente.	51
Cuadro 27. Precio por cada video grabado y editado.	52
Cuadro 28. Cantidad de servicios fotográfico prestados anualmente.	53
Cuadro 29. Precio por cada fotografía necesitada.	54
Cuadro 30. Cantidad de horas de alquiler de equipos audiovisuales.	54
Cuadro 31. Precio por cada hora de servicio de alquiler.	55
Cuadro 32. Tiempo entrega del servicio.	56
Cuadro 33. Utilización de una nueva empresa.	57
Cuadro 34. Proyección de la oferta.	59
Cuadro 35. Demanda insatisfecha. Servicios Grabación y edición de videos.	59
Cuadro 36. Demanda insatisfecha. Servicios Fotográficos.	59
Cuadro 37. Demanda insatisfecha. Servicios Alquiler.	60
Cuadro 38. Análisis de precios.	61
Cuadro 39. Presupuesto de lanzamiento y de operación.	64

Cuadro 40. Capacidad proyecto.	68
Cuadro 41. Descripción local para estudio de Microlocalización.	69
Cuadro 42. Grados por factor.	69
Cuadro 43. Ponderación de factores y puntuación de grados por factor.	71
Cuadro 44. Resultados puntuación de los factores.	71
Cuadro 45. Ficha técnica de los servicios.	72
Cuadro 46. Diagrama de proceso.	77
Cuadro 47. Maquinaria y equipo.	78
Cuadro 48. Insumos para prestación de los servicios.	80
Cuadro 49. Papelería.	80
Cuadro 50. Equipo de cómputo y muebles.	81
Cuadro 51. Proveedores.	81
Cuadro 52. Descripción cargo Administrador.	89
Cuadro 53. Descripción cargo Auxiliar (mensajero)	90
Cuadro 54. Descripción cargo técnico en producción medios audiovisuales.	91
Cuadro 55. Asignación salarial.	92
Cuadro 56. Prestaciones sociales.	92
Cuadro 57. Valor maquinaria y equipo.	94
Cuadro 58. Valor equipo de cómputo.	95
Cuadro 59. Equipo de oficina.	95
Cuadro 60. Total inversión fija.	95
Cuadro 61. Gastos diferidos.	96
Cuadro 62. Insumos.	96
Cuadro 63. Mano de Obra Directa MOD.	97
Cuadro 64. MOI Auxiliar.	98
Cuadro 65. MOI Administrador.	98
Cuadro 66. Depreciación de los activos operativos.	99
Cuadro 67. Valor servicios públicos.	100
Cuadro 68. Costos del servicio.	100
Cuadro 69. Depreciación activos administrativos.	101
Cuadro 70. Gastos de administración y ventas.	102
Cuadro 71. Amortización préstamo bancario.	103
Cuadro 72. Capital de trabajo.	104
Cuadro 73. Inversión total.	104
Cuadro 74. Costos Fijos.	105
Cuadro 75. Costos Variables.	105
Cuadro 76. Costos totales.	105
Cuadro 77. Costos totales unitarios por servicio.	106
Cuadro 78. Precio de venta de los servicios.	106
Cuadro 79. Ingresos proyectados (pesos constantes)	107
Cuadro 80. Egresos proyectados.	107
Cuadro 81. Flujo de caja proyectado.	108
Cuadro 82. Estado de resultados proyectado.	109
Cuadro 83. Balance general proyectado.	109
Cuadro 84. Distribución de los costos variables por servicios.	110

Cuadro 85. Costo fijo total prorrateado.	110
Cuadro 86. Punto de Equilibrio.	110
Cuadro 87. Punto de equilibrio Grabación y edición de videos.	111
Cuadro 88. Punto de equilibrio Servicios fotográficos.	111
Cuadro 89. Punto de equilibrio Servicios de alquiler.	112
Cuadro 90. Tasa Interna de Retorno.	117
Cuadro 91. Tiempo para la recuperar la inversión.	118
Cuadro 92. Razones Financieras.	119

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Sector de los servicios en Colombia.	22
Figura 2. Familias que celebran las fechas especiales Frecuencia.	30
Figura 3. Frecuencia que las familias celebran las fechas especiales.	31
Figura 4. Servicios utilizados cuando se realizan celebraciones.	32
Figura 5. Proveedor del servicio la última vez que se utilizó los servicios.	33
Figura 6. Motivación de las familias para la adquisición de los servicios.	34
Figura 7. Calificación de los servicios ofrecidos.	35
Figura 8. Cantidad de servicios de videos necesitados anualmente.	36
Figura 9. Precio por cada video grabado y editado.	37
Figura 10. Cantidad de servicios fotográfico necesitados anualmente.	38
Figura 11. Precio por cada fotografía.	39
Figura 12. Cantidad de horas de alquiler de equipos audiovisuales cantidad.	40
Figura 13. Precio por hora de alquiler de equipos audiovisuales.	41
Figura 14. Conocimientos de empresas en el sector.	42
Figura 15. Aceptación de una nueva empresa.	43
Figura 16. Clase servicio prestado por la competencia.	47
Figura 17. Tiempo prestación del servicio.	48
Figura 18. Forma de constitución del negocio.	49
Figura 19. Número de empleados.	50
Figura 20. Especialización de servicios.	51
Figura 21. Cantidad de servicios Grabación y edición de videos prestados anualmente.	52
Figura 22. Precio por cada video grabado y editado.	52
Figura 23. Cantidad de servicios fotográfico prestados anualmente.	53
Figura 24. Precio cobrado por cada fotografía.	54
Figura 25. Cantidad de horas de servicios alquiler prestados anualmente.	55
Figura 26. Precio cobrado por cada hora de alquiler.	56
Figura 27. Tiempo entrega del servicio.	57
Figura 28. Utilización de una nueva empresa.	58
Figura 29. Canal de comercialización.	60
Figura 30. Logo.	62
Figura 31. Diagrama procesos servicios.	76
Figura 32. Distribución del local.	82
Figura 33. Organigrama.	88
Figura 34. Punto de equilibrio grabación y edición de videos.	111
Figura 35. Punto de equilibrio Servicios fotográficos.	112
Figura 36. Punto de equilibrio Servicios de alquiler.	112
Figura 37. Canecas para basuras reciclaje.	114
Figura 38. Mensajes Ecológicos como reciclar.	115

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Ley 1014 del 20/01/2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.	123
Anexo B. Formato del modelo de la Encuesta aplicada.	135
Anexo C. Formato del modelo de la Encuesta aplicada a la Oferta.	137
Anexo D. Croquis de la macrolocalización. Municipio de San Alberto, Cesar.	138

GLOSARIO

ALQUILER: es pagar una suma convenida entre las partes para hacer uso de un inmueble, mueble etc., durante un determinado periodo de tiempo.

CIZALLA: es una herramienta manual de corte que se utiliza para cortar papel, plástico y láminas metálicas de poco espesor. Es por tanto una herramienta muy usada en las imprentas.

EDICION DE VIDEOS: es el procedimiento de configurar, recortar, crear, poner efectos y demás a un video corriente, Todo esto se puede hacer con diferentes software especializados.

FOTOGRAFIA: Es el conjunto de artes y técnicas que permite registrar imágenes sobre superficies sensibilizadas por medio de la luz.

LABORATORIO FOTOGRÁFICO: Es el espacio dedicado al revelado de los negativos de las fotografías y donde se amplían (paso del negativo al papel) las fotografías. Consta de dos áreas diferenciadas; área seca y húmeda. En el área seca tendremos todos los materiales delicados que no deben ser mojados, como el papel fotográfico, tijeras, negativos o cualquier producto sobre el que no deba caer ni una gota de productos químicos. En la parte húmeda van las cubetas y tanques de revelado. En este lugar, para el revelado en blanco y negro se trabaja bajo luz roja de baja intensidad, ya que la luz blanca vela el papel fotográfico dejándolos inservibles.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: Es el resultado de la combinación de varias necesidades, a saber: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se refiere, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo para la realización de cine, televisión o videos.

TRIPODE: es un aparato de tres partes que permite la estabilización de una cámara en su parte superior. Se usa para poder evitar el movimiento propio de la mano al tomar una foto.

RESUMEN

TÍTULO FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIONES AUDIOVISUALES Y LABORATORIO FOTOGRAFICO EN SAN ALBERTO, (CESAR)*

AUTORES GONZALEZ CORREDOR, Luis Rodrigo
MARIN RETAMOZA, Lilliana**

PALABRAS CLAVES Laboratorio Fotográfico, Producción Audiovisual, Grabación, edición .

DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

La importancia que han adquirido las celebraciones y reuniones familiares o empresariales, hace que se desee encontrar una empresa que brinde la confianza para capturar ese momento en medio electrónico. Es el motivo principal para elaborar el proyecto de factibilidad en el municipio de San Alberto, que demuestre que existe un mercado insatisfecho en la prestación de servicios de grabación y edición de videos, de un laboratorio fotográfico y el alquiler de equipos audiovisuales.

Con la información obtenida en el desarrollo del proyecto se elabora y despliega el estudio de mercados, técnico y administrativo, con los cuales se evaluarán la viabilidad del mismo teniendo en cuenta las variables que inciden en la puesta en marcha. A través del estudio financiero se determinarán los resultados económicos los cuales inciden en la decisión de los inversionistas para invertir en este proyecto.

Para la puesta en marcha de la empresa se requiere una inversión de \$43.197.801 de los cuales el 77% son recursos propios y el 23% será financiado, el VPN es positivo que asciende a los \$170.046.149 y la TIR es de 56,26% y con un periodo de recuperación de la inversión de 2 años, 11 meses y 28 días condiciones que permiten concluir que el proyecto económicamente es viable y rentable para los inversionistas. Todo este análisis se realizó en el estudio de financiero en el cual se proyectó la inversión requerida demostrando la rentabilidad y ofreciendo confianza para los inversionistas.

* Proyecto de grado

**UIS.Instituto de proyección regional y estudios a distancia. Programa de gestión empresarial.
Director: Luis Homero Puentes Fuentes.

SUMMARY

TITLE FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF AN AUDIOVISUAL PRODUCTION COMPANIES AND PHOTO LABS IN SAN ALBERTO, (CESAR)*

AUTHORS GONZALEZ CORREDOR, Luis Rodrigo
MARIN RETAMOZA, Lilibiana**

KEYWORDS Photographic Laboratory, Audiovisual production, recording, editing

DESCRIPTION OF CONTENTS

The importance acquired celebrations and family reunions or business, makes you want to find a company that provides the confidence to capture that moment in electronic media. It is the main reason for developing the draft feasibility in the municipality of San Alberto, demonstrating that there is a market dissatisfied in the provision of recording and video editing, photo lab and audiovisual equipment rental.

With the information gained in the development of the project is developed and deployed market research, technical and administrative systems, which evaluate its feasibility taking into account the variables that affect the implementation. Through the financial study to determine economic outcomes which affect the decision of investors to invest in this project.

For the launch of the company requires an investment of \$ 43,197,801 of which 77% are equity and 23% will be funded, the NPV is positive, amounting to \$ 170,046,149 and the IRR is 56, 26% and a payback period of investment 2 years, 11 months and 28 days conditions exist for concluding that the project is economically viable and profitable for investors. All this analysis was performed on the financial study which was designed to demonstrate the required investment returns and providing confidence to investors.

.

*Grade Project

**UIS. Institute for regional outreach and distance learning. Business management program.
Director: Luis Puentes Homero Fuentes.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se observa como las personas o las organizaciones quieren dejar huella plasmada ya sea en un video o una imagen para con el tiempo mostrar a sus progenitores o a sus seguidores y para hacer realidad lo que la famosa frase dice “las imágenes recuerdan lo que la mente olvida”, no importando si estas son videos o fotografías.

Por tal razón surge la oportunidad de la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste los servicios de toma e impresión de fotografías para toda clase de documento y para toda clase de ocasión, igualmente el ofrecer servicios de grabado y edición de videos. Se busca ofrecer un servicio de calidad, confiable, y serio. En la actualidad no se encuentra en san Alberto un servicio de las características aquí mencionadas por lo que se ha considerado una oportunidad para aprovechar.

Este estudio se ha desarrollado siguiendo el esquema de una factibilidad con el fin de analizar las variables existentes, y determinar que el proyecto sea viable, el progreso del proyecto se dividió en seis etapas, la primera es la de las generalidades donde se ofrece una idea general del sector económico donde se ubicara la empresa, las leyes y normas con las cuales deberá regirse la misma

La segunda se desarrolla el estudio de mercados, en el cual se establece el servicio a ofrecer, se estima el tamaño del mercado potencial, la existencia de oferta en san Alberto, expectativas de precio y calidad, con las cuales diseñar un servicio atractivo para los futuros clientes, debilidades y fortalezas de la misma con el fin de posicionar la futura empresa.

La tercera se ha elaborado el estudio técnico donde se busca definir el tamaño diseñado, instalado y utilizado del proyecto, determinar el sitio más adecuado de ubicación para la empresa, la mejor distribución de la planta de acuerdo a las del negocio y especificación detallada de cada uno de los recursos a utilizar para la puesta en marcha del mismo.

La cuarta se realiza el estudio administrativo en el cual se puede ver el procedimiento legal para la constitución de la empresa. Se ha definido la estructura organizacional de la misma, políticas el perfil y requerimientos de los cargos y la asignación salarial para cada uno de estos.

La quinta se desarrolla el estudio financiero, importante para establecer las necesidades de inversión, la disponibilidad de recursos económicos y la forma de financiamiento del restante para la puesta en marcha del proyecto.

En la última se encuentra la evaluación del proyecto donde se ha analizado el impacto socio-económico y ambiental que tendrá la creación de la empresa dentro de la región, se revisa la tasa interna de retorno, el valor presente neto, el periodo de recuperación de la inversión y los indicadores de razones financieras.

1. GENERALIDADES.

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Sector servicios¹. (Sector terciario de la economía). Se denomina sector servicios al conjunto de todas aquellas actividades que no producen bienes materiales de forma directa. Trata de servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de otros sectores. Incluye todo lo relativo al comercio, turismo, sanidad, actividad civil, ocio. El sector servicios o sector terciario se compone de las áreas "suaves" de la economía tales como seguros, turismo, actividades bancarias, venta al por menor y educación. Otros servicios son los siguientes: restaurantes, franquicias, industria del ocio incluyendo la industria de grabación, música, radio, televisión y cine Informática y tecnología, transporte, cuidados personales y de salud, servicios de consultoría, inversión y asesoramiento jurídico, comunicaciones (prensa, radio, Internet)

❖ **El Mundo.** El sector servicios ha experimentado un destacado crecimiento gracias a la rápida expansión de los servicios basados en el conocimiento y al crecimiento de la comerciabilidad de los servicios en general. En la actualidad los servicios representan más del 60% de la producción y del empleo mundial. En términos comerciales, suponen más del 20% del comercio total.

De acuerdo con estadísticas que se han realizado la tasa de crecimiento de los servicios comerciales fue sustancialmente mayor a la tasa de crecimiento del comercio de mercancías en la década de los ochenta, producto de los avances tecnológicos que facilitaron su intercambio a nivel global. Sin embargo, desde los noventas, el crecimiento de los servicios comerciales ha evolucionado de forma similar al comercio mundial de mercancías, alcanzando en los últimos años tasas superiores a las observadas en el período 1990 - 2000.

❖ **En Colombia.** El sector terciario en la economía colombiana ha venido adquiriendo una importancia muy significativa en los últimos años. En efecto, en línea con lo sucedido en el mundo, la participación en el PIB del sector de servicios se ha incrementado del 58% en 1992 a más del 63% en 2005. Para este último año, el sector que obtuvo la mayor participación dentro del PIB de servicios es el de servicios sociales, comunales y personales, con un 32%, seguido por el

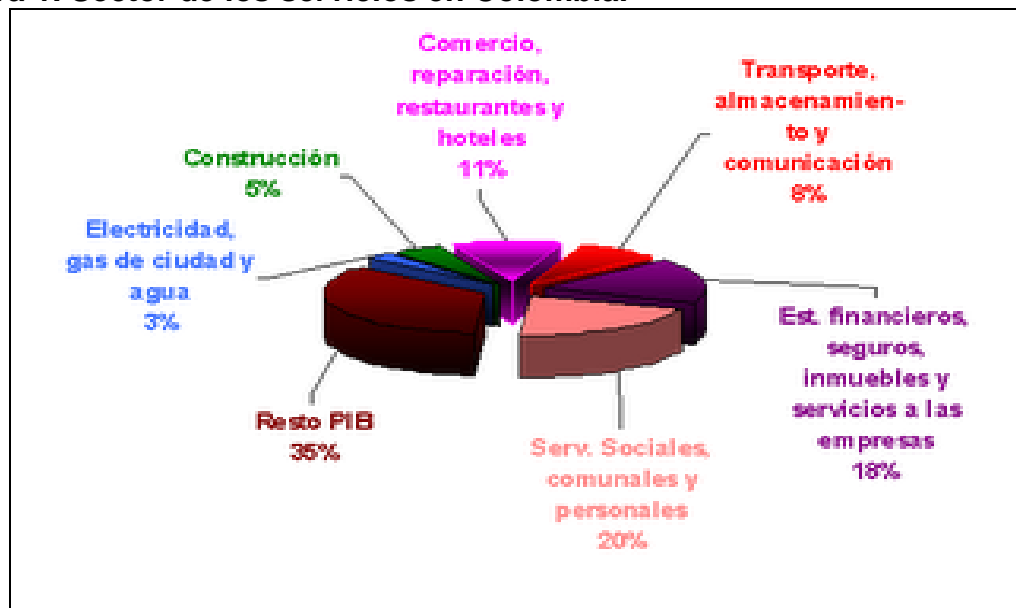
¹<http://procesosconielec.blogspot.com/2007/10/sector-servicios-colombia.html> Citado.24-sep-2011

sector de establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas.

Evolución del sector. En la actualidad a nivel mundial los servicios representan el 65% del producto global Mundial, y el 25% de las transacciones mundiales de comercio.

Este es un sector con una gran proyección a nivel internacional, especialmente en servicios como los de las tecnologías de la información, los cuales, aunque significan una proporción pequeña en comparación con otro tipo de servicios en América Latina (Como EL Turismo), este tiene un mercado amplio en el cual quizás la demanda este empezando a superar la oferta.

Figura 1. Sector de los servicios en Colombia.



Fuente: Autores del Proyecto

1.1.2 Antecedentes legales.

❖ Constitución Nacional– ley de creación de empresas²: La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda

²<http://www.larepublica.com.co>. Citado. 15-abr-11

Pública. EL Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo.

EL Artículo 58 de la Constitución Política hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria.

La propiedad intelectual también es declarada por la Constitución en el Artículo 61, el que señala: “[...] el Estado protegerá la propiedad intelectual por tiempo y mediante las formalidades que establezca la Ley”. Esta sentencia es complementada con el numeral 24 del Artículo 150, que establece que compete al Congreso “[...] regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual [...]”, y con el Artículo 189, que dice: “[...] corresponde al Presidente de la República como Jefe de Estado, Jefe del Gobierno y Suprema Autoridad Administrativa conceder patente de privilegio temporal a los autores de invenciones o perfeccionamientos útiles, con arreglo a la Ley”.

Estos artículos, por lo tanto, hacen explícita la generalidad en cuanto a los derechos de propiedad; parte de su especificidad se encuentra consagrada en el Código de Comercio, Artículos 534 – 538.

❖ Ley 1014 de fomento a la creación de empresas³: En Colombia existe una ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Esta, identificada como la ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales. (véase ley completa en el anexo A)

³<http://www.actualicese.com> citado. 05-may-11

2. ESTUDIO DEL MERCADO

2.1. OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Conocer las variables que conllevan a las personas a adquirir los servicios de medios audiovisuales, toda clase de fotografías y servicios de alquiler de equipos audiovisuales.

2.1.2 Objetivos Específicos.

- Conocer las personas naturales y jurídicas que actualmente están prestando los servicios de producciones audiovisuales, servicios fotográficos y de alquiler de equipos en el municipio de San Alberto.
- Identificar el precio al cual se están ofreciendo estos servicios en el municipio.
- Establecer la demanda de los servicios fotográficos, producciones audiovisuales para la grabación y edición de videos y alquiler de equipos audiovisuales en los diferentes estratos sociales que hay en municipio a fin de conocer la cantidad de familias dispuestas a adquirir los servicios.
- Realizar un análisis de los medios publicitarios más difundidos en el municipio de San Alberto para definir las estrategias de publicidad y promoción para dar a conocer estos servicios.
- Seleccionar el canal de comercialización más se ajuste a los servicios que se ofrecerán.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO.

2.2.1 Especificaciones y usos de los servicios. Producciones de medios audiovisuales y fotografías, se ubican en el sector de servicios el cual incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía.

Los Servicios ofrecidos se encuentran resumidos en tres categorías que son Producción de medios audiovisuales, laboratorio fotográfico y alquiler de equipos audiovisuales.

- Producción de medios audiovisuales: Se prestará servicio de grabación y edición de videos profesionales para toda clase de eventos sociales, deportivos, lúdicos, y documentales. Igualmente se ofrecerá el servicio de tranfers de VHS a DVD
- Laboratorio Fotográfico: Se prestará el servicio de impresión de toda clase de fotografías y en diferentes tamaños, como tarjeterías, ampliaciones, restauraciones, fotomontajes, foto pendón y foto documentos.
- Alquiler de equipos audiovisuales: Se prestará el servicio de alquiler de los siguientes equipos audiovisuales:

2.2.2 Productos sustitutos. Para las fotografías: fotografías electrónicas. Para videos: fotografías y para alquiler de equipos: café internet.

2.2.3 Producto Complementarios:

Cuadro 1. Productos complementarios.

Servicios	Productos Complementarios	Relación
Videos	Reproductores de DVD, CD,	Porque los servicios de grabación de videos van en formato de DVD por lo cual para su reproducción se hace necesario contar con esto
Fotografías	Marcos	Es muy común que las ampliaciones fotografías se enmarquen
Alquiler	Salones	Cuando se alquilan equipos como micrófono portátiles se utilizan para conferencias las cuales necesitan realizarse en salones especiales

Fuente: Autores del Proyecto

2.2.4 Atributos diferenciadores de los servicios. La empresa se desempeñará de manera integrada para satisfacer las necesidades de comunicación en el municipio7 o de San Alberto, se ofrecerá el servicio a domicilio totalmente gratis y además será la primera empresa en el Municipio de San Alberto en prestar los

servicios de producción y edición de videos y de alquiler de equipos audiovisuales, ofrecerá un mejor servicio a nivel de Laboratorio Fotográfico ya que actualmente en el municipio existen fotografías que solo prestan el servicio de toma e impresión de fotografías pero estas se entregan al cliente tres o cuatro días después de prestados el servicio ya que estas se deben imprimir en la ciudad de Bucaramanga adicionando costos para el usuario final y se prestará el servicio de fotomontajes, restauración de fotos y restauración digital de fotografías.

2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1. Mercado Potencial. El mercado potencial son todos los habitantes del Municipio de San Alberto, los cuales, según el Censo del DANE del año 2005, cuenta con 20.018 habitantes tanto del casco urbano como en la zona rural.

2.3.2. Mercado Objetivo. Está enmarcado en las familias de los estratos 1, 2 y 3 del casco urbano del municipio de San Alberto, ya que estas tendrían al alcance los servicios ofrecidos, además porque en estos estratos sociales están distribuidos la mayoría de hogares que conforman el casco urbano del municipio. (Ver cuadro 2)

Cuadro 2. Número de familias de los estratos 1, 2 y 3

Estrato	1	2	3	Total
No. Familia	2.698	1.553	133	4.384

Fuente. Sisben (datos suministrados al Sisben por la electrificadora año 2010)

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La Demanda. Se identificara la demanda que existe para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de grabación y edición de videos, laboratorio fotográfico y alquiler de equipos audiovisuales en San Alberto, Cesar.

Según datos suministrados por la electrificadora y que se especifican en el cuadro No. 2 el total de familias en San Alberto que adquirirían estos servicios ascienden a 4.384.

Según indagación, los servicios más demandados en San Alberto son los fotografías ya que los productos relacionados con la fotografía -conformados por

cámaras y demás tecnología, se aumenta la demanda de estos servicios como el de revelado especiales, restauración de imágenes antiguas, fotografía digital e incluso la impresión de una imagen prácticamente en cualquier superficie.

2.4.1.1. Planteamiento del problema San Alberto, es un Municipio que cuenta con una biodiversidad étnica bastante marcada, esto debido a que su proceso poblacional se llevó a cabo alrededor del ferrocarril y de la siembra de palma africana lo que hizo que al Municipio llegara gente de distintas regiones del país, siendo más nutrido el aporte de la región Caribe, Santander y Antioquia. Debido a esta pluriculturalidad, el Municipio de San Alberto cuenta con que su gente goce de una alegría particular, la cual se manifiesta a través de la celebración de diferentes eventos y fiestas como son los carnavales, las ferias ganaderas, las fiestas patronales, la celebración de la semana santa, las celebraciones de los niños, encuentros regionales, encuentros de diferentes grupos religiosos, entre otros.

Pese a lo anterior, San Alberto no cuenta con un lugar donde se pueda guardar y reproducir la memoria histórica de sus celebraciones, cuando la gente requiere el servicio fotográfico debe esperar varios días para recibir este servicio, puesto que para imprimir las fotografías, estas deben ser enviadas a la ciudad de Bucaramanga o Aguachica, haciendo que se retrase la entrega del material después de solicitado el servicio, igualmente en el municipio no se ofrecen los servicios de grabación y edición de videos, la gente con más recursos graban sus eventos con sus propios equipos lo que hace sus grabaciones largas, aburridoras y en muchos casos se abstienen de grabar pues no cuentan con una empresa que conozca del tema y nadie está dispuesto a perderse las fiestas para ocuparse de las grabaciones, por los anteriores motivos, la innovación en los conceptos de grabación, fotografía y edición sumado a la adquisición de nuevos software y equipos, convierten al Municipio de San Alberto, Cesar en una buena plaza para el montaje de la empresa de producciones audiovisuales.

En vista de que existe una oportunidad de negocio y una necesidad que cubrir, se plantea la realización del estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste los servicios de grabación de videos y laboratorio fotográfico con el objetivo principal de satisfacer a una comunidad y crear fuentes de empleo que mejoren la calidad de vida de los habitantes de San Alberto.

2.4.1.2. Necesidades de información. Para el desarrollo del proyecto Información general del Municipio de San Alberto, cuántos habitantes tienen, cómo es la división política, cuántos barrios, cuantas casas por barrios, cuántas familias por barrio, los estratos sociales, número de colegios, escuelas, universidades, cuántos habitantes hay por género, edades, cuántas iglesias y templos tiene,

como es la cultura, las costumbres, las creencias. Se necesita toda la información que general del municipio pues el estudio de mercado está allí enmarcado.

2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda

Cuadro 3. Ficha técnica de la demanda.

Tipo de investigación	Descriptiva: porque permite identificar las características generales del mercado igualmente los hábitos de compra de los habitantes. Concluyente. Porque permitirá llegar a conclusiones relacionadas con la oferta, la demanda y los precios de los servicios ofrecidos en el municipio de San Alberto.
Método de investigación	Deductivo: Con la información recolecta en la encuesta se espera identificar las características de la oferta y de la demanda para el análisis y la toma de decisiones
Fuentes de información	Primarias: Se realizará una encuesta dirigida a las familias de los estratos sociales 1, 2 y 3 del casco urbano del municipio de San Alberto. Secundarias: Se buscará en internet en la página del DANE, información acerca de los datos de la población igualmente se buscara información en las diferentes instituciones del municipio como el Sisben y la alcaldía municipal.
Técnicas de investigación	Encuesta
Instrumento para recolectar la información	Se recolectará información mediante un cuestionario pues permite el conocimiento de motivaciones, actitudes y las opiniones de las personas que podrían adquirir los servicios ofrecidos.
Modo de aplicación	Directa.
Definición de población, Elemento muestral.	Población: 4.384 familias pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 del municipio de San Alberto. Elemento muestral: Hombres y mujeres cabeza de hogar quienes son los que toman la decisión para la adquisición de los servicios.
Proceso de muestreo	Muestreo aleatorio simple n = Tamaño de la muestra Z = Nivel de confianza P = Probabilidad de éxito (50%) Q = Probabilidad de fracaso (50%)

	<p>e = Error permitido (5%)</p> $n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 N - 1 + Z^2 P Q}$ $n = \frac{1.96^2 0.5 (0.5)(4.384)}{0.05^2 4.384 - 1 + 1.96^2 0.5 (0.5)}$ <p>n = 353 familias</p>
Marco maestral	Familias del casco urbano del municipio de San Alberto pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 del municipio de San Alberto que según datos de la electrificadora para el año 2010 son 4.384 familias
Alcance	Casco urbano Municipio de San Alberto.
Tiempo de aplicación	Desde el 10 al 30 de septiembre de 2010

Fuente: Autores del Proyecto

2.4.1.4. Resultados del trabajo de campo: Los resultados de la investigación se presentaran en tablas, figuras y un análisis para logara una mejor presentación de la información obtenida en el proceso de la investigación.

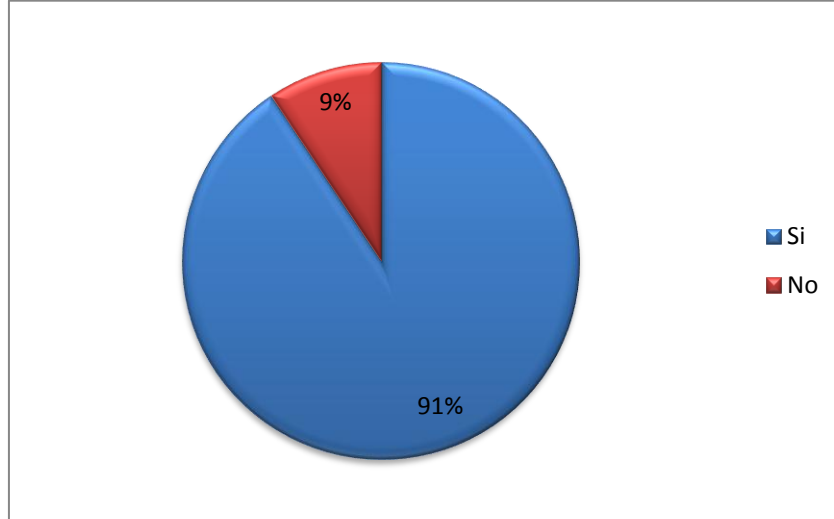
Pregunta uno. ¿Acostumbran a celebrar las fechas especiales en su núcleo familiar?

Cuadro 4. Familias que celebran las fechas especiales.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Si	320	90.65%
No	33	9.35%
Total	353	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 2. Familias que celebran las fechas especiales Frecuencia.



Fuente: Autores del Proyecto

El 90,65% de las familias encuestadas afirmaron que realizan todo tipo de celebraciones en su hogar en las fechas especiales.

La respuesta a esta pregunta vislumbra un amplio panorama para la realización del proyecto ya que se en la mayoría de familias del municipio se acostumbran a festejar los días especiales del año entre los cuales se pueden destacar los cumpleaños de cada uno de los miembros de las familias igualmente fechas universales como el día de la madre, el padre, la mujer ect.

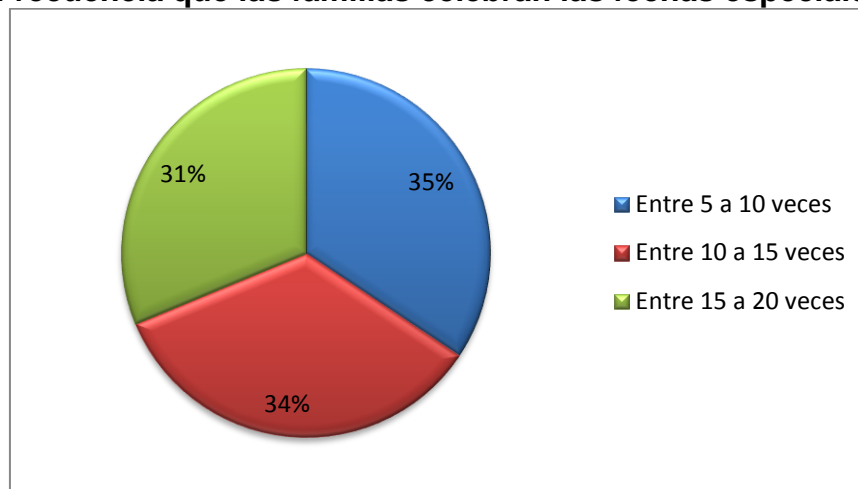
Pregunta dos. ¿Cuántas veces al año realiza estas celebraciones?

Cuadro 5. Frecuencia en que las familias celebran las fechas especiales.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Entre 5 a 10 veces	110	34.38%
Entre 10 a 15 veces	110	34.38%
Entre 15 a 20 veces	100	31.25%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 3. Frecuencia que las familias celebran las fechas especiales.



Fuente: Autores del Proyecto

Todas las familias encuestadas tienen algún tipo de celebración especial en su núcleo familiar

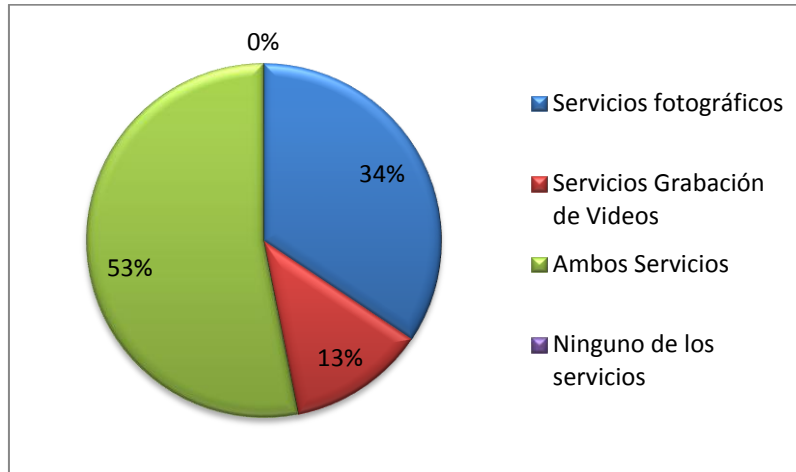
Pregunta tres. ¿Cuál de los siguientes servicios utiliza cuando realiza en las celebraciones?

Cuadro 6. Servicios utilizados cuando se realizan celebraciones.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Servicios fotográficos	110	34.38%
Servicios Grabación de Videos	40	12.50%
Ambos Servicios	170	53.13%
Ninguno de los servicios	0	0.00%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 4. Servicios utilizados cuando se realizan celebraciones.



Fuente: Autores del Proyecto

Las familias encuestadas les gusta tener algún recuerdo de las celebraciones por lo cual recurren a servicios fotográficos, igualmente y con los adelantos tecnológicos, se tiene al alcance otros medios para dejar recuerdo en la celebraciones y es la grabación de videos, estos junto con la fotografías se están volviendo indispensables en las reuniones familiares y esto se refleja en la encuesta ya que el 53,13% , es decir más de la mitad de los encuestados manifestaron que recurren a estos dos tipo de servicios, junto a un 34,38% de sólo fotografías y un 12,5% de solos videos.

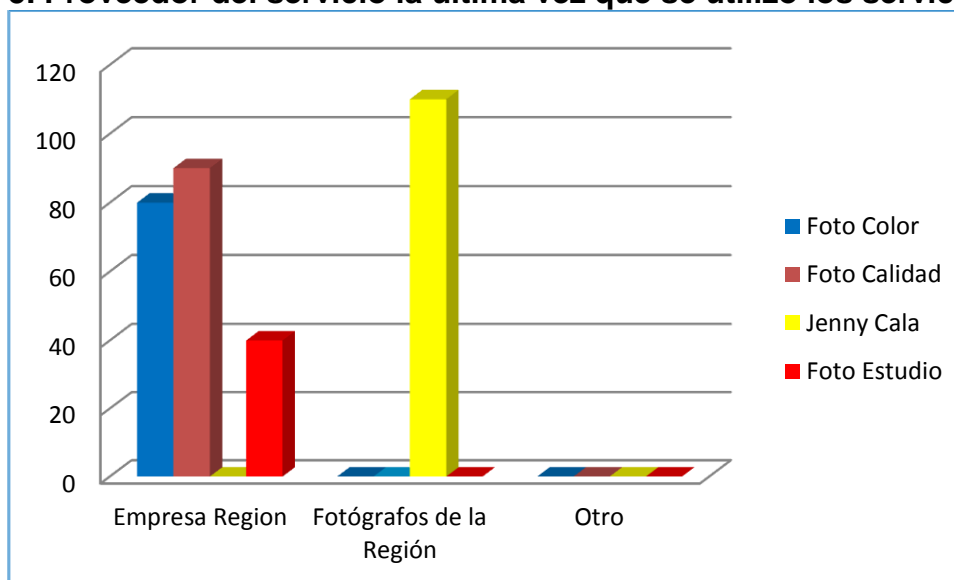
Pregunta cuatro. ¿Quién le prestó el servicio la última vez que lo necesito?

Cuadro 7. Proveedor del servicio la última vez que se utilizó el servicio.

Pregunta	Empresa Región	Fotógrafos de la Región	Otro	Total	%
Foto Color	80	0	0	80	25.00%
Foto Calidad	90	0	0	90	28.13%
Jenny Cala	0	110	0	110	34.38%
Foto Estudio	40	0	0	40	12.50%
Total				320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 5. Proveedor del servicio la última vez que se utilizó los servicios.



Fuente: Autores del Proyecto

Como se observa en la figura 4, los mayores proveedores de los servicios lo están presentando empresas de la región con un 65,53% frente a un 34,38% prestado por una persona natural que hay muchas posibilidades de entrar en el mercado local ya que la mayoría de servicios prestados lo representa una sola persona (no constituida legalmente) y, que según resultados de la encuesta en la que tiene la mitad del mercado que reúnen las fotografías constituidas legalmente.

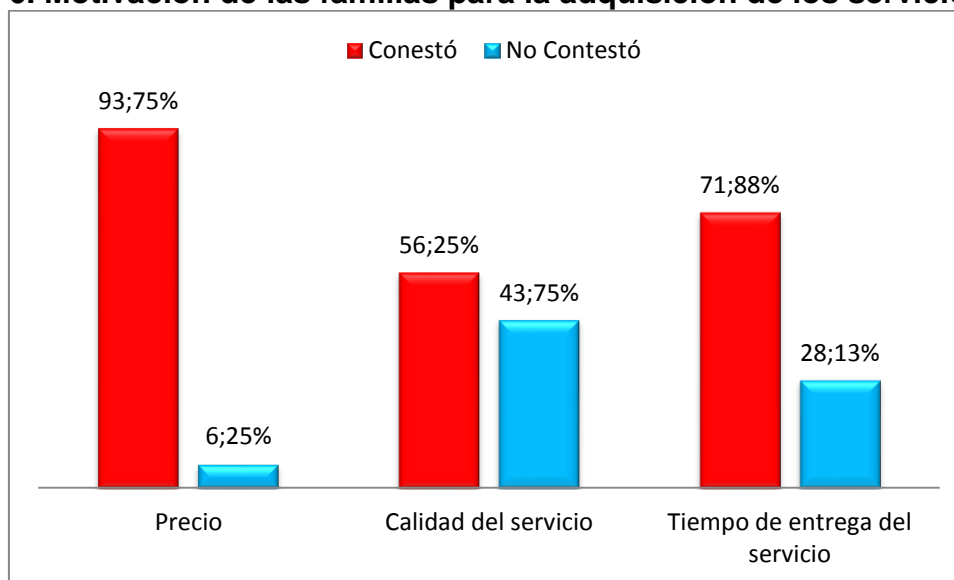
Pregunta cinco. ¿Cuáles fueron los motivos que los llevo a adquirir estos servicios?

Cuadro 8. Motivación de las familias para la adquisición de los servicios.

Pregunta	Contestó	%	No Contestó	%	Total	%
Precio	300	93,75%	20	6,25%	320	100%
Calidad del servicio	180	56,25%	140	43,75%	320	100%
Tiempo entrega servicio	230	71,88%	90	28,13%	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 6. Motivación de las familias para la adquisición de los servicios.



Fuente: Autores del Proyecto

La principal motivación de las familias de San Alberto para la adquisición de los servicios ofrecidos es el precio ya que el 93,75% de la población encuestada se inclinó por este motivo, siguiendo en su orden con el tiempo de entrega de los servicios y la calidad del servicio es otra de las motivaciones con una aceptación del 56,25% de la población encuestada.

Los resultados anteriores indican que el factor económico siempre está entre las motivaciones de las familias para la adquisición de los servicios ofrecidos.

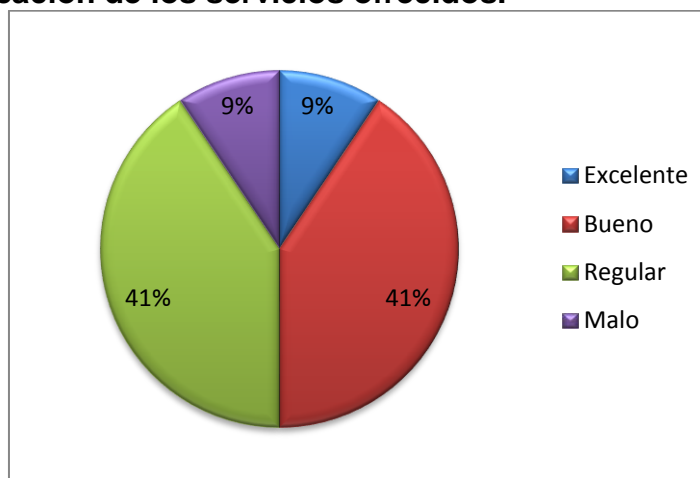
Pregunta seis. ¿Cómo califica el servicio que le prestaron?

Cuadro 9. Calificación de los servicios ofrecidos.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Excelente	30	9.38%
Bueno	130	40.63%
Regular	130	40.63%
Malo	30	9.38%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 7. Calificación de los servicios ofrecidos.



Fuente: Autores del Proyecto

Según los resultados, demuestra la mitad de los encuestados está insatisfecho con el servicio ya que los califican como malos con un 9% y regulares con un 41%, igual de porcentajes para las calificaciones de excelentes y buenos. Demostrando que los servicios que actualmente se están ofreciendo en el municipio no están calificados en un buen estándar ya que solo el 9% califica estos servicios como excelente. .

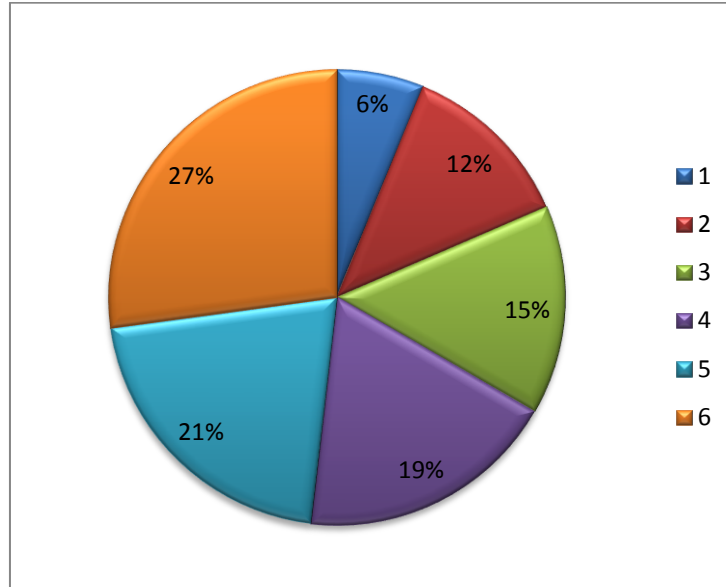
Pregunta siete. ¿Cuál ha, en promedio, sido la cantidad de Grabación y edición de videos que ha necesitado anualmente?

Cuadro 10. Cantidad de servicios Grabación y edición de videos necesitados anualmente.

Frecuencia	Cantidad	Participación
5	20	6.25%
10	100	31.25%
12	40	12.50%
15	100	31.25%
17	30	9.38%
22	30	9.38%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 8. Cantidad de servicios de videos necesitados anualmente.



Fuente: Autores del Proyecto

Según los resultados de la encuesta se constata que este servicio está teniendo cierta importancia en el Municipio y se está demandado actualmente ya que la necesidad de este servicio es de 425 videos grabados y editados en promedio anual: $(5*20)+(10*100)+(12*40)+(15*100)+(17*30)+(22*30) = 4250$ videos

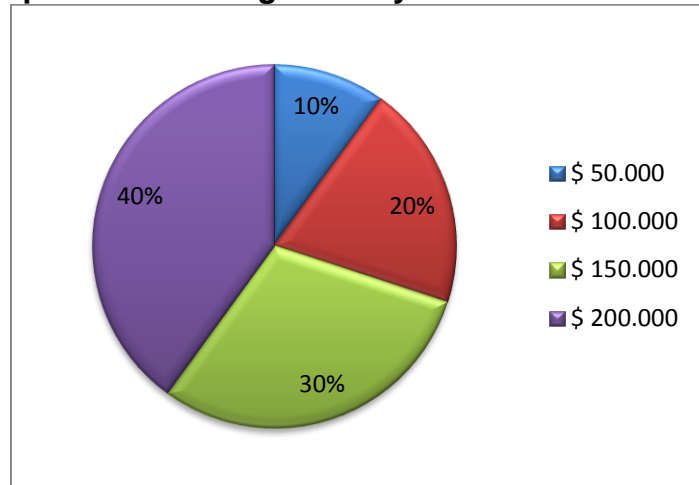
Pregunta Ocho. ¿Cuánto pagó la última vez que adquirió el servicio de Grabación y edición de videos?

Cuadro 11. Precio por cada video grabado y editado.

Precio por video	Frecuencia	Participación
\$50,000	20	6.25%
\$100,000	100	31.25%
\$150,000	180	56.25%
\$200,000	20	6.25%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 9. Precio por cada video grabado y editado.



Fuente: Autores del Proyecto

El precio por cada video grabado y editado más representativo es el de \$150.000 con un 56,25%, más de la mitad de los encuestados, por lo cual la nueva empresa tiene que entrar a competir con precios siendo los atributos diferenciadores los que marquen la pauta para esta clase de servicios.

En promedio el precio unitario para cada video grabado y editado es:
 $\$50.000 + 100.000 + \$150.000 + \$200.000 = \125.000

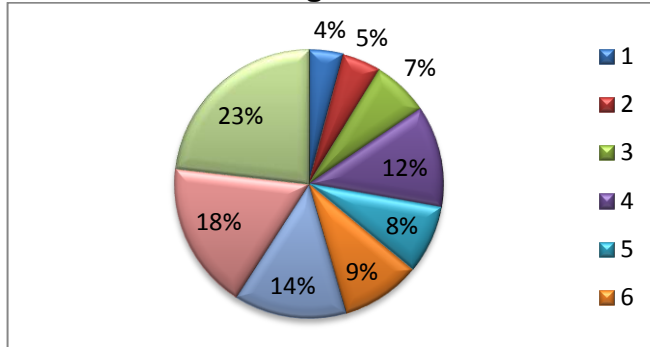
Pregunta nueve. ¿Cuál ha, en promedio, sido la cantidad servicios fotográficos que ha necesitado anualmente?

Cuadro 12. Cantidad de servicios fotográficos necesitados anualmente.

Frecuencia \ Cantidad	Cantidad	Participación
15	30	9.38%
17	40	12.50%
25	20	6.25%
45	20	6.25%
30	60	18.75%
35	10	3.13%
50	90	28.13%
65	30	9.38%
85	20	6.25%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 10. Cantidad de servicios fotográfico necesitados anualmente.



Fuente: Autores del Proyecto

En el municipio se está demandando anualmente un promedio de 12830 servicios fotográficos esto es:

$$(15 \cdot 30) + (17 \cdot 40) + (25 \cdot 20) + (45 \cdot 20) + (30 \cdot 60) + (35 \cdot 10) + (50 \cdot 90) + (65 \cdot 30) + (85 \cdot 20) = 12.830$$

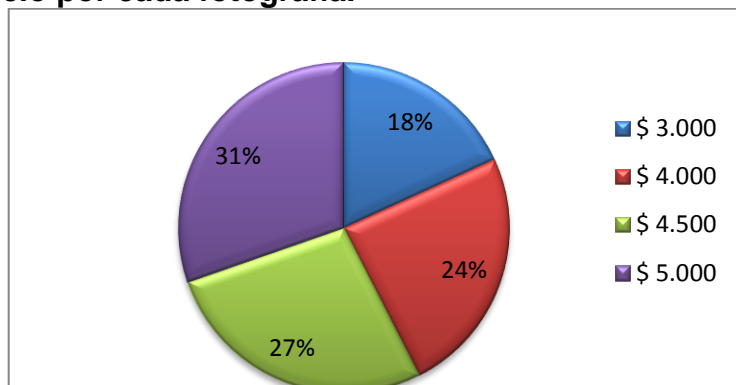
Pregunta diez ¿Cuánto pagó la última vez que adquirió el servicio?

Cuadro 13. Precio por cada fotografía necesitada.

Precio por Fotografía	Frecuencia	Participación
\$3,000	30	9.38%
\$4,000	80	25.00%
\$4,500	100	31.25%
\$5,000	110	34.38%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 11. Precio por cada fotografía.



Fuente: Autores del Proyecto

El precio por cada servicio fotográfico oscila entre los \$4.125 pesos, esto es que en promedio los precios pagados por los encuestados que fueron:

353 familias

$$\text{Precio promedio} = 3.000 + \$4.000 + \$4.500 + \$5.000 / 4 = \$4.125.$$

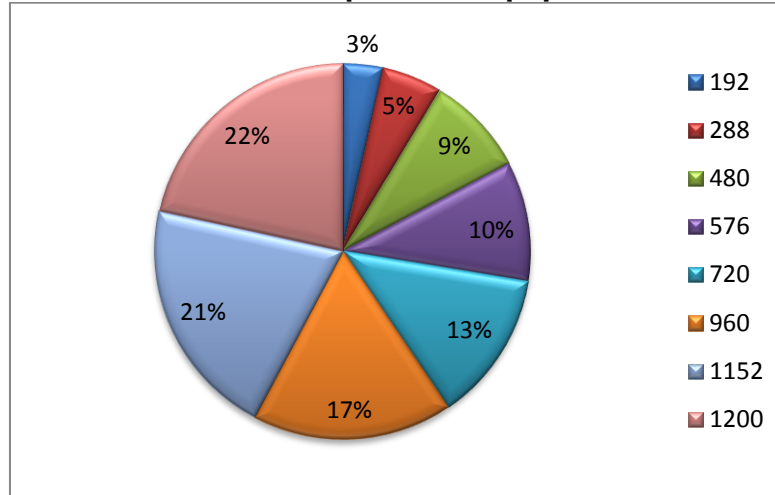
Pregunta once. ¿Cuál ha sido, en promedio, la cantidad de horas que ha necesitado del alquiler de equipos audiovisuales anualmente?

Cuadro 14. Cantidad de horas de alquiler de equipos audiovisuales.

Frecuencia \ Cantidad	Cantidad	Participación
192	20	6.25%
288	30	9.38%
480	30	9.38%
576	20	6.25%
720	10	3.13%
960	50	15.63%
1152	90	28.13%
1200	70	21.88%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 12. Cantidad de horas de alquiler de equipos audiovisuales cantidad.



Fuente: Autores del Proyecto

En el municipio se está demandando anualmente un promedio de 28.128 horas de alquiler de equipos audiovisuales esto es:

$$(192 \cdot 20) + (288 \cdot 30) + (480 \cdot 30) + (576 \cdot 20) + (720 \cdot 10) + (960 \cdot 50) + (1152 \cdot 90) + (1200 \cdot 70) = 281.280$$

Un aporte importante para la demanda de este servicio es el auge que tiene el internet, por lo cual solicitan equipos portátiles de acceso a internet (modem), este servicio se cobra por hora siendo el alquiler mínimo por 2 horas.

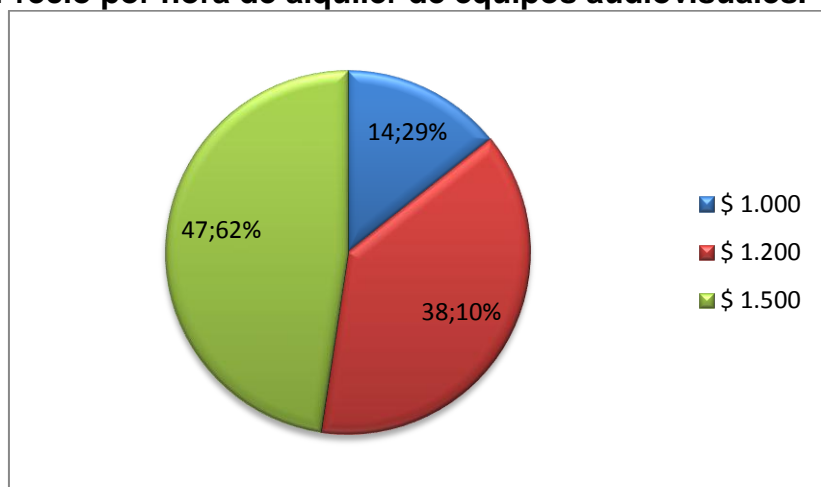
Pregunta doce ¿Cuánto pagó por la última hora del servicio de alquiler prestado?

Cuadro 15. Precio por hora de alquiler de equipos audiovisuales.

Precio alquiler por hora	Frecuencia	Participación
\$1,000	30	14.29%
\$1,200	80	38.10%
\$1,500	100	47.62%
Total	210	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 13. Precio por hora de alquiler de equipos audiovisuales.



Fuente: Autores del Proyecto

El precio promedio por cada hora de alquiler está dado por: $\$1.000 + 1.200 + 1.500 / 3 = \1.233 . Los encuestados se basaron en el alquiler de equipos de cómputo portátiles, siendo el precio por hora de \$1.000 a aquel se solo se presta el equipo y el de 1.500 con acceso a internet (modem).

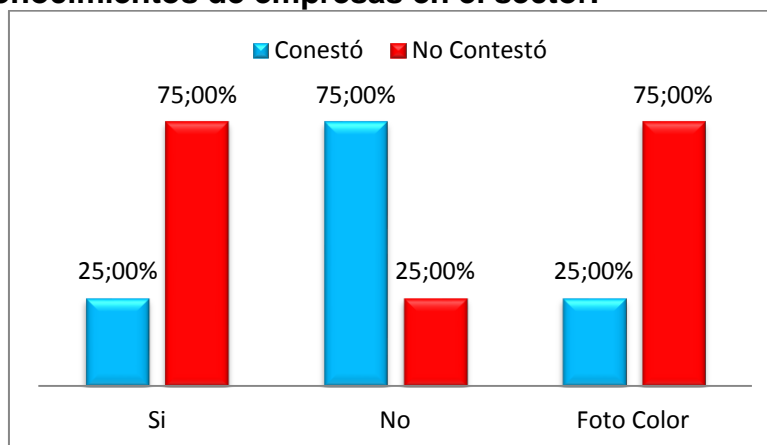
Pregunta trece. ¿Conoce usted una empresa que preste los servicios fotográficos, de grabación y edición de videos y alquiler de equipos?

Cuadro 16. Conocimiento de empresas en el sector.

Pregunta	Contestó	%	No Contestó	%	Total	%
Si	80	250.00%	240	750.00%	320	1000%
No	240	750.00%	80	250.00%	320	1000%
Foto Color	80	250.00%	240	750.00%	320	1000%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 14. Conocimientos de empresas en el sector.



Fuente: Autores del Proyecto

El 75% de los encuestados no tienen conocimiento de la existencia de una empresa que preste estos servicios en el Municipio de San Alberto, igualmente el 25% que manifiesta conocer una empresa coinciden que es la empresa Foto Color quien como la mayoría de las fotografías del municipio envía las impresiones y revelados para las ciudades vecinas.

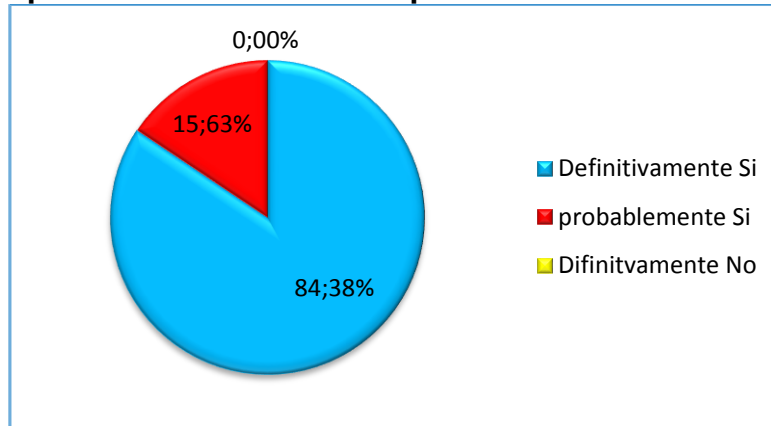
Pregunta catorce. Si existiera una empresa que ofreciera estos servicios usted ¿los utilizaría?

Cuadro 17. Aceptación de una nueva empresa.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Definitivamente Si	270	84.38%
probablemente Si	50	15.63%
Definitivamente No	0	0.00%
Total	320	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 15. Aceptación de una nueva empresa.



Fuente: Autores del Proyecto

El 84,38% de los encuestados definitivamente aceptarían la creación de una nueva empresa en el municipio de San Alberto el 15,63% probablemente si la aceptaría por lo cual hay que fortalecerlos para que estos sumen al 84% y tener una aceptación total en el municipio.

2.4.2 Estimación de la demanda. Para realizar la estimación de la demanda se solicitó información a la electrificadora de la cantidad de hogares en el municipio de San Alberto, que para el año 2010 tenía la rededor de 4.384 hogares en los estratos 1, 2 y 3, de los cuales, y según respuesta de la pregunta uno, el 90,65% realiza algún tipo de celebración en su núcleo familiar lo que equivale a 3.974 hogares.

Si la relacionamos con la respuesta de la pregunta once donde el 84,38% de los hogares definitivamente si aceptaría una nueva empresa que ofrezca los servicios de grabación y edición de videos, servicios fotográficos y de alquiler, se puede asumir que 3.353 hogares consumirían dichos servicios.(ver cuadro 17).

Cuadro 18. Estimación de la demanda.

Estrato	Hogares	90.65%	84.38%
Estrato 1	2,698	2,446	2,064
Estrato 2	1,553	1,408	1,188
Estrato 3	133	121	102
Total	4,384	3,974	3,353

Fuente: Autores del Proyecto

En términos de distribución de los servicios tenemos que 3.353 hogares consumirían los servicios según cuadro 17, entonces para establecer la estimación de los servicios dividimos la cantidad demanda de cada uno de los servicios sobre el número de hogares que los consumirían:

- Grabación y edición videos: Según el análisis de la pregunta siete, tenemos que la cantidad demandada de este servicio equivale a 4.250 videos al año sobre 3.353 hogares por lo tanto: $(4.250 / 3.353 = 1,3)$ videos por hogar.
- Servicios fotográficos: Según el análisis de la pregunta nueve, tenemos que la cantidad demandada de este servicio equivale a 12.830 fotografías al año, sobre 3.353 hogares por lo tanto: $(12.830 / 3.353 = 3,82)$ fotografías por hogar.
- Servicios de alquiler: Según el análisis de la pregunta once, tenemos que la cantidad demandada de este servicio equivale a 281.280 horas al año, sobre 3.353 hogares por lo tanto: $(218.280 / 3.353 = 84)$ horas de alquiler por hogar.

2.4.3 Proyección de la demanda. La proyección de la demanda a cinco años, se determinará mediante la tasa de crecimiento anual que tiene el municipio de San Alberto (equivalente al 1.02% según datos del DANE de la proyección de crecimiento de la población en el departamento del Cesar⁴) a respecto a la demanda anual estimada que tienen los servicios mediante la fórmula: $S = P (1 + i)^2$

Cuadro 19. Proyección de la demanda a 5 años.

Año \ Servicio	Demanda Actual	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015
Grab. Edi. videos	4,250	4,293	4,337	4,381	4,426	4,471
Fotográficos	12,830	12,961	13,093	13,227	13,362	13,498
Alquiler	281,280	284,149	287,047	289,975	292,933	295,921

Fuente: Autores del Proyecto

2.5 LA OFERTA.

Este subsector de la economía ha pasado de componerse por numerosas empresas familiares a una cifra reducida de grandes compañías y, por otra parte, de ofrecer los productos y servicios típicos relacionados con la actividad a ofertar todas las novedades que la era digital ha incorporado al mercado.

⁴<http://www.dane.gov.co/daneweb>. Citado

A pesar de que hace unos años se temió por el futuro del sector, que veían en la fotografía digital una amenaza para sus negocios, el tiempo ha demostrado que estos negocios han sabido hacer frente a los cambios, invirtiendo en investigación -una de las ventajas de pertenecer a una gran cadena- e implementando servicios de última generación que atraen a la clientela.

En San Alberto, existen 4 pequeñas empresas y una persona independiente dedicada a la prestación de servicios fotográficos, dos personas independientes que ofrecen los servicios de grabación de videos y una empresa dedicada a la prestación de alquiler de servicios fotográficos, según datos de la oficina de planeación Municipal.

Cuadro 20. Competencia San Alberto.

Establecimiento	Propietario	Servicio ofrecido
Foto estudio San Alberto	Álvaro René Ramos	Fotográficos
Luki Color	Salomón Luque	Fotográficos
M&S	Martín Monroy	Fotográficos
Foto estudio Calidad	Claudia Gutiérrez	Fotográficos
Yeny Cala Chocontá	Yeny Cala Chocontá	Fotográficos, grabación videos
Internet Ciber Net	José Santa	Alquiler de equipos audiovisuales

Fuente. Alcandía Municipal de San Alberto. Oficina de Planeación.

2.5.1 Necesidades de información. Información general de los establecimientos que actualmente prestan estos servicios en el municipio de San Alberto igualmente como lo prestan, el precio que cobran por estos servicios, la forma de contacto y los medios de publicidad utilizados.

2.5.2 Ficha Técnica de la Oferta

Tipo de investigación	Concluyente. Porque permitirá llegar a conclusiones relacionadas con la oferta, y los precios de los servicios ofrecidos en el municipio de San Alberto.
Método de investigación	Deductivo: Con la información recolecta en la encuesta se espera identificar las características de la oferta para el análisis y la toma de decisiones

Fuentes de información	Primarias: Se realizará un censo dirigidos a las personas que de manera informal o formal presten esta clase de servicios. Secundarias. Se buscará información en la Alcaldía Municipal de San Alberto. (EOT)
Técnicas de investigación	Teniendo en cuenta que 6 son los negocios que actualmente existen en el municipio se aplicara un Censo
Instrumento para recolectar la información	Cuestionario con preguntas bien estructuras.
Modo de aplicación	Directa.
Definición de población	Elemento censal:Propietarios de los negocios que se dedican a la prestación de los servicios ofrecidos.
Marco censal	5 personas jurídicas (Foto estudio San Alberto,Luki Color, M&S, Foto estudio Calidad, Internet Ciber Net) y 1 persona natural (Yeny Cala Chocontá) que están prestando estos servicios en este municipio de San Alberto
Alcance	Casco urbano Municipio de San Alberto.
Tiempo de aplicación	Desde el 10 septiembre al 30 de septiembre de 2010

Fuente: Autores del Proyecto

2.5.3 Resultados del trabajo de campo:

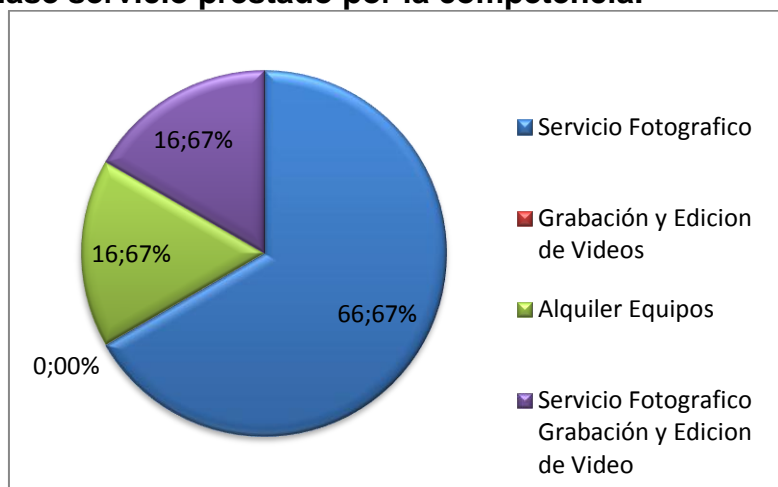
Pregunta 1. ¿Qué clase de servicio presta?

Cuadro 21. Clase servicio prestado por la competencia.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Servicio Fotográfico	4	66.67%
Grabación y Edición de Videos	0	0.00%
Alquiler Equipos	1	16.67%
Servicio Fotográfico Grabación y Edición de Video	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 16. Clase servicio prestado por la competencia.



Fuente: Autores del Proyecto

La competencia más fuerte se encuentra en el sector de la fotografía ya que de los negocios existentes el 66,67% ofrece este servicio en San Alberto incluyendo un 16,67% que tiene integrado los servicios de fotografía y de grabación y edición de videos.

Los servicios de grabación y edición de videos y de alquiler de equipos, sólo se encuentra ofertado por un solo negocio, lo que hace fuerte entrar a competir con esta clase de servicios.

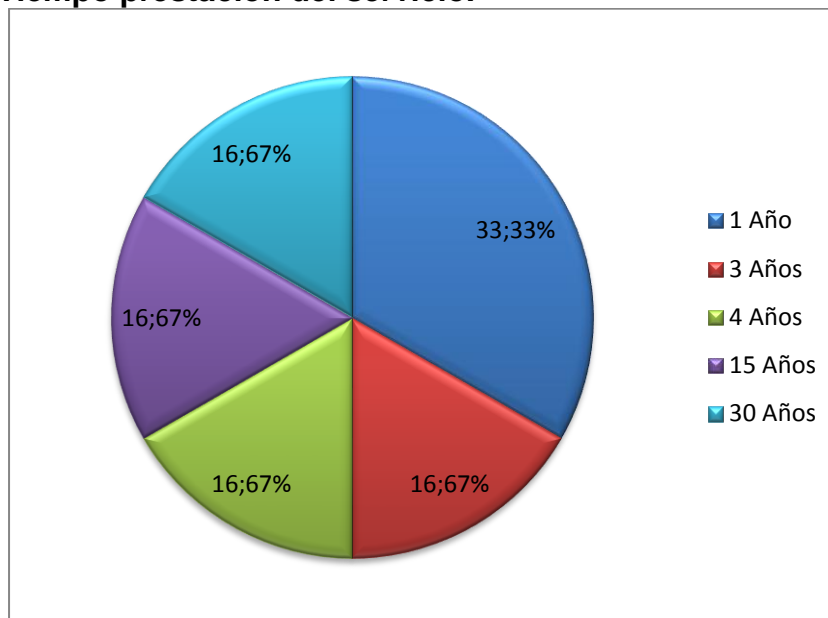
Pregunta 2. ¿Cuánto hace que presta el servicio?

Cuadro 22. Tiempo prestación del servicio.

Pregunta	Frecuencia	Participación
1 Año	2	33.33%
3 Años	1	16.67%
4 Años	1	16.67%
15 Años	1	16.67%
30 Años	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 17. Tiempo prestación del servicio.



Fuente: Autores del Proyecto

Los negocios de fotografías son los que más tienen trayectoria en el municipio pues una cuenta con 15 años en el mercado y otra tiene 30 años, pero a pesar de esto, aun no tienen la suficiente tecnología y un plan estratégico para ser los numero uno en la región.

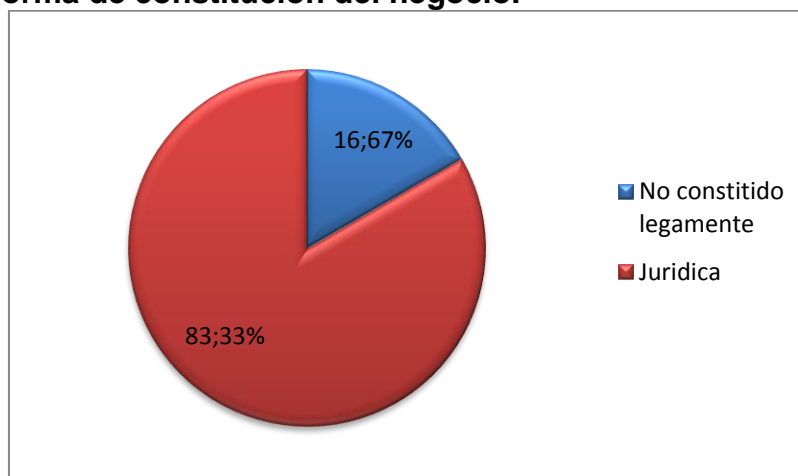
Pregunta 3. Forma de constitución de la empresa o negocio

Cuadro 23. Forma de constitución del negocio.

Pregunta	Frecuencia	Participación
No constituido legamente	1	16.67%
Jurídica	5	83.33%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 18. Forma de constitución del negocio.



Fuente: Autores del Proyecto

De las empresas que existen en San Alberto, 1 no está constituido legalmente, es decir no cuenta con cámara de comercios, RUT, solo tiene permiso por la alcaldía Municipal para tener un establecimiento de comercio.

Las otras restantes, cuentan con todos los documentos de ley para esta constituidos como empresas (negocios familiares).

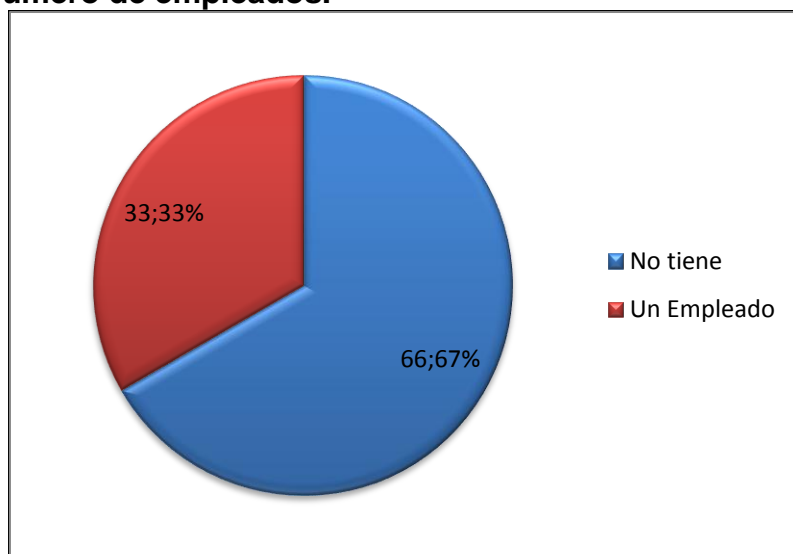
Pregunta 4. ¿Cuántos empleados tienen?

Cuadro 24. Número de empleados.

Pregunta	Frecuencia	Participación
No tiene	4	83.33%
Un Empleado	2	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 19. Número de empleados.



Fuente: Autores del Proyecto

La mayoría de los negocios no tienen empleados, pues son ellos mismos los encargados de administrarlo.

El negocio de alquiler de equipos audiovisuales, que además en una sala de internet, manifestó tener a un empleado quien es el encargado de realizar los domicilios para el alquiler de equipos de cómputo.

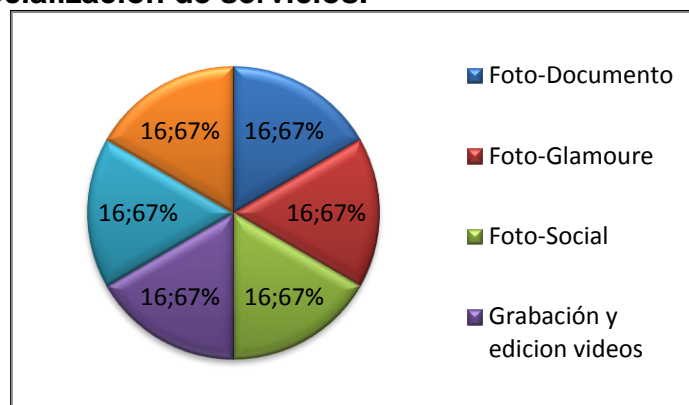
Pregunta 5. ¿Con qué clase de servicio se especializa o es reconocido municipalmente?

Cuadro 25. Especialización de servicios.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Foto-Documento	1	16.67%
Foto-Glamoure	1	16.67%
Foto-Social	1	16.67%
Grabación y edición videos	1	16.67%
Alquiler equipos	1	16.67%
Foto-Montajes	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 20. Especialización de servicios.



Fuente: Autores del Proyecto

A pesar de que existan varios negocios en San Alberto ofreciendo los servicios, cada uno de estos negocios se especializa o es reconocido a nivel municipal por destacarse en una rama de estos servicios.

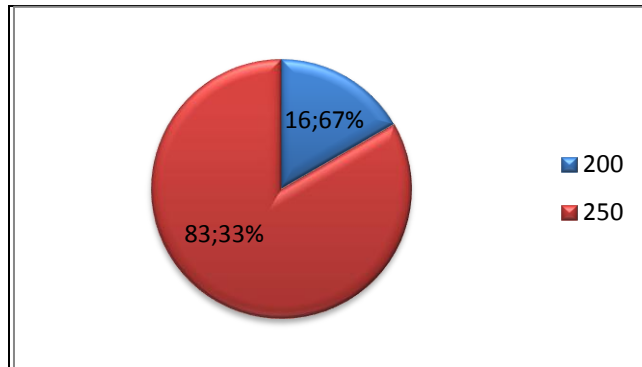
Pregunta 6. ¿Cuál es, en promedio, la cantidad de servicio prestado anualmente por los servicios de grabación y edición de videos?

Cuadro 26. Cantidad de servicios grabación y edición de videos prestados anualmente.

Frecuencia	Cantidad	Participación
1000	1	16.67%
N/A	5	83.33%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 21. Cantidad de servicios Grabación y edición de videos prestados anualmente.



Fuente: Autores del Proyecto

De los 6 negocios censados, solamente uno (1) presta los servicios de grabación y edición de videos, por lo cual se puede establecer que hay un amplio mercado para cubrir con respecto a la prestación de este servicio en el Municipio de San Alberto. La cantidad prestados de videos grabados y editados es aproximadamente de 1.000 al año, según los resultados del censo

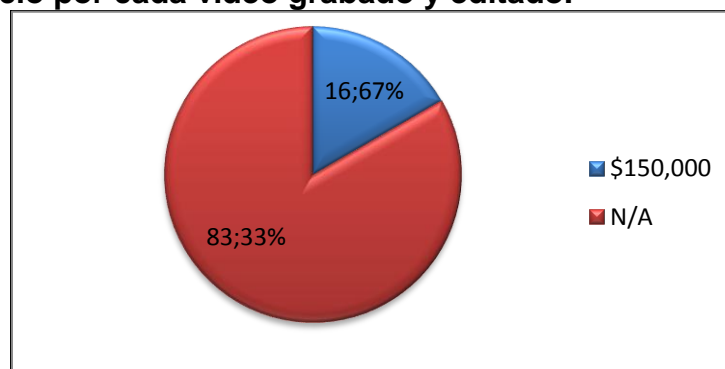
Pregunta 7 ¿Cuál es el precio que cobra por unidad?

Cuadro 27. Precio por cada video grabado y editado.

Precio por video	Frecuencia	Participación
\$150.00	1	16.67%
\$0	5	83.33%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 22. Precio por cada video grabado y editado.



Fuente: Autores del Proyecto

El ultimo valor cobrado por cada video grabado y editado fue de \$150.000, pero este valor no es fijo ya que este servicio se cobra por los minutos de duraci3n, adem1s hay cierta variedad en la prestaci3n de esos servicios, como solo grabaci3n o solo edici3n servicios de tranfers, entre otros.

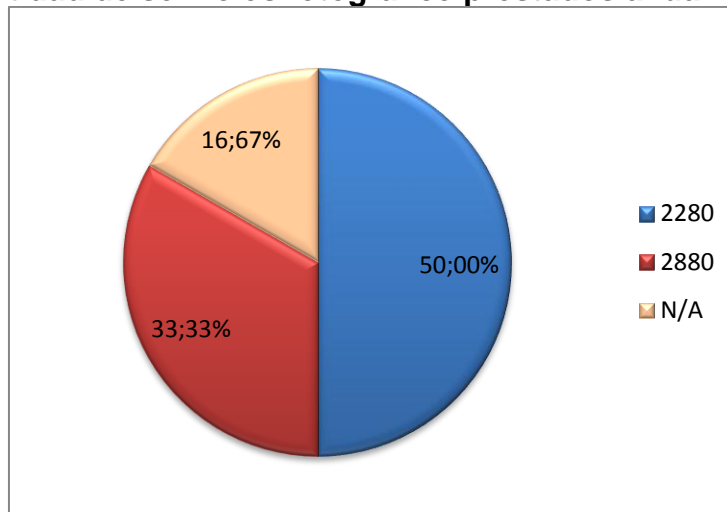
Pregunta 8. Cu1l es, en promedio, la cantidad de servicio prestado anualmente por los servicios fotogr1ficos?

Cuadro 28. Cantidad de servicios fotogr1fico prestados anualmente.

Frecuencia \ Cantidad	Cantidad	Participaci3n
2.28	3	50.00%
2.88	2	33.33%
N/A	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 23. Cantidad de servicios fotogr1fico prestados anualmente.



Fuente: Autores del Proyecto

De los seis (6) negocios censados, solo uno no presta los servicios fotogr1ficos. Correspondiente al 16,67% de los encuestados.

Igualmente la cantidad anual aproximada de los servicios fotogr1ficos prestados es de 12.600 fotos esto es: $(2.280 \cdot 3) + (2880 \cdot 2) = 12.600$

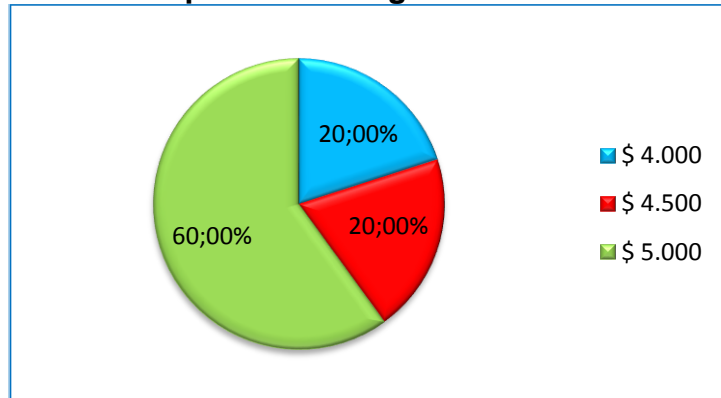
Pregunta 9 ¿Cuál es el precio que cobra por unidad?

Cuadro 29. Precio por cada fotografía necesitada.

Precio por Fotografía	Frecuencia	Participación
\$4,000	1	16.67%
\$4,500	1	16.67%
\$5,000	3	50.00%
N/A	1	16.67%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 24. Precio cobrado por cada fotografía.



Fuente: Autores del Proyecto

El precio más representativo que se cobra por cada servicio fotográfico es de \$5.000, pero este depende del servicio prestado ya que igual que los videos, estas también tienen variedad de presentación en las cuales tenemos, foto glamour, foto documento, foto montaje entre otros servicios. En promedio el precio cobrado por fotografía está dado por: $(\$4000 + \$4500 + \$5000) / 3 = \4.500

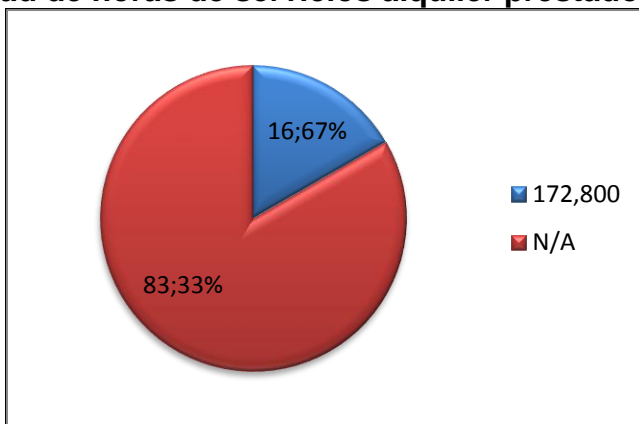
Pregunta 10. ¿Cuál es en promedio, la cantidad de horas prestadas anualmente por los servicios de alquiler de equipos audiovisuales?

Cuadro 30. Cantidad de horas de alquiler de equipos audiovisuales.

Frecuencia	Cantidad	Participación
172,800	1	16.67%
0	5	83.33%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 25. Cantidad de horas de servicios alquiler prestados anualmente.



Fuente: Autores del Proyecto

De los 5 negocios censados y de 1 persona natural, solamente uno (1) presta los servicios alquiler de equipos audiovisuales, por lo cual se puede establecer que hay un amplio mercado para cubrir con respecto a la prestación de este servicio en el Municipio de San Alberto.

La cantidad de horas prestadas por el servicio de alquiler en un año es aproximadamente de 172.800, según los resultados del censo.

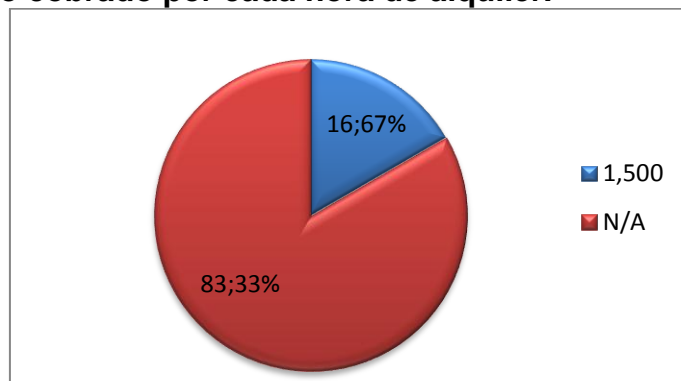
Pregunta 11 ¿Cuál es el precio que cobra por hora?

Cuadro 31. Precio por cada hora de servicio de alquiler.

Precio por hora alquiler	Frecuencia	Participación
\$1,500	1	16.67%
0	5	83.33%
Total	6	100%

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 26. Precio cobrado por cada hora de alquiler.



El precio más representativo que se cobra por cada hora de alquiler es de \$1.500, pero este servicio prestado depende del equipo que se alquila, por lo general se alquilan equipos portátiles y moden de internet.

Pregunta 12. ¿Cuál es el tiempo de entrega de los servicios de laboratorio fotográfico y grabación y edición de videos?

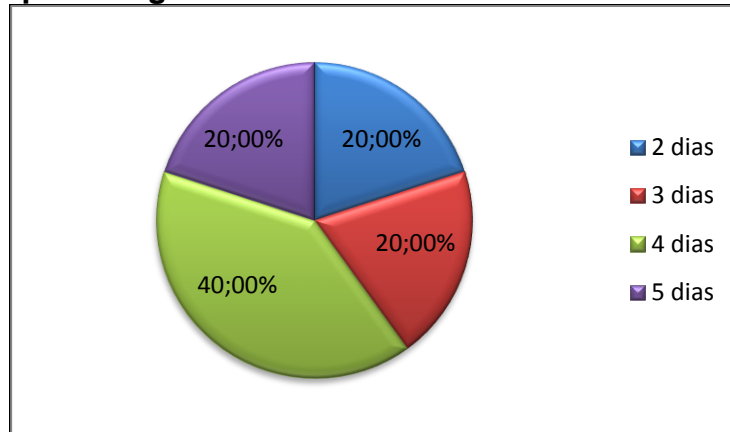
Cuadro 32. Tiempo entrega del servicio.

Ítem	Frecuencia	Participación
a- 2 días	1	20.00%
b- 3 días	1	20.00%
c- 4 días	2	40.00%
d- 5 días	1	20.00%
Total	5*	100%

Fuente: Autores del Proyecto

*Pregunta no aplica para los servicios de alquiler de equipos pues este servicio es prestado al instante.

Figura 27. Tiempo entrega del servicio.



Fuente: Autores del Proyecto

El tiempo de entrega de los servicios es de 2 a 5 días esto es porque las fotografías (que no son instantáneas) se envían a los laboratorios fotografías de Bucaramanga o Aguachica para su impresión, por lo cual cada fotografía reúne la mayor cantidad posible de fotografías y las envía en un solo paquete, esto transcurre, según lo manifestado por algunos censados entre dos a tres días

Pregunta 13. Si existiera un laboratorio fotográfico en San Alberto ¿lo utilizaría?

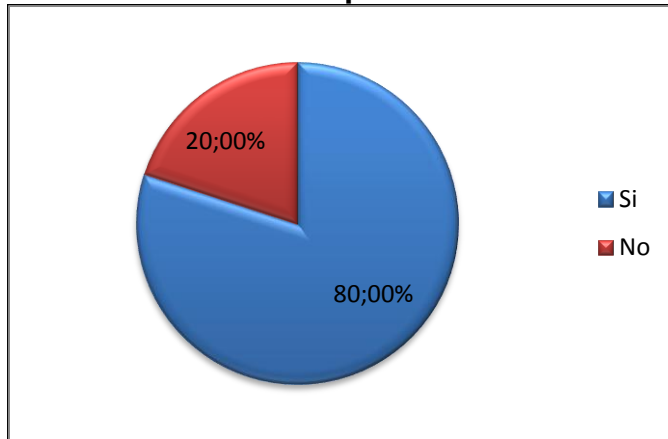
Cuadro 33. Utilización de una nueva empresa.

Pregunta	Frecuencia	Participación
Si	4	80.00%
No	1	20.00%
Total	5*	100%

Fuente: Autores del Proyecto

*Pregunta no aplica para los servicios de alquiler de equipos pues este servicio no necesita de laboratorio fotográfico.

Figura 28. Utilización de una nueva empresa.



Fuente: Autores del Proyecto

El 80% de los negocios en San Alberto están dispuestos a apoyar una nueva empresa que les ofrezca el servicio de laboratorio fotográfico pues con esta ahorrarán tiempo de entrega y bajarán los costos de las fotografías.

El 20% restante no la apoyaría puesto que el laboratorio fotográfico al cual envía imprimir las fotografías en la ciudad de Aguachica es de un pariente muy cercano.

2.5.4 Estimación de la oferta: Para la estimación de la oferta se tomarán los datos del censo realizado a la competencia en el municipio de San Alberto para cada uno de los servicios prestados que en su orden son:

- Para los servicios de grabación y edición de videos se tienen en cuenta los resultados del censo de la pregunta seis, donde la cantidad prestada al año es de 1.000 videos.
- Para los servicios fotográficos se tiene en cuenta los resultados de la pregunta siete, donde la cantidad prestada al año es de 12.600 fotografías.
- Para los servicios de alquiler se tiene en cuenta los resultados de la pregunta ocho, donde la cantidad de horas prestadas al año es de 172.800 horas.

2.5.5 Proyección de la oferta: La proyección de la oferta se realizará según resultados del censo en las preguntas 6, 8 y 10, sobre la cantidad de servicios prestados anualmente, esto se multiplica por la tasa de crecimiento de la población que es del 1,02%.

Cuadro 34. Proyección de la oferta.

Servicio\Año	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Grab.y Edi. videos	1,000	1,010	1,021	1,031	1,041	1,052
Fotográficos	12,600	12,729	12,858	12,990	13,122	13,256
Alquiler	172,800	174,563	176,343	178,142	179,959	181,794

Fuente: Autores del Proyecto

2.6. RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Según los resultados de la encuesta de la demanda y del censo aplicado a la oferta se concluye ya hay demanda insatisfecha que se refiere a la relación directa que existe entre la demanda del producto y la oferta del mismo dado por la fórmula: Demanda insatisfecha = Demanda – Oferta, que para los servicios objeto de esta proyecto serían los siguientes:

Cuadro 35. Demanda insatisfecha. Servicios Grabación y edición de videos.

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2011	4,293	1,010	3,283
2012	4,337	1,021	3,317
2013	4,381	1,031	3,350
2014	4,426	1,041	3,385
2015	4,471	1,052	3,419

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 36. Demanda insatisfecha. Servicios Fotográficos.

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2011	12,961	12,729	232
2012	13,093	12,858	235
2013	13,227	12,990	237
2014	13,362	13,122	240
2015	13,498	13,256	242

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 37. Demanda insatisfecha. Servicios Alquiler.

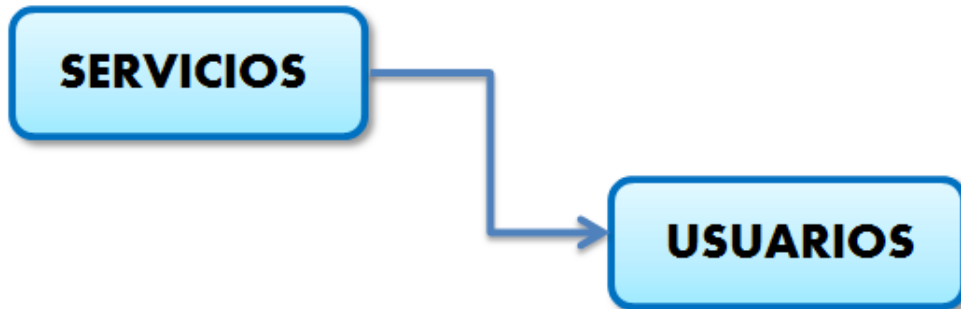
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2011	284,149	174,563	109,586
2012	287,047	176,343	110,704
2013	289,975	178,142	111,833
2014	292,933	179,959	112,974
2015	295,921	181,794	114,126

Fuente: Autores del Proyecto

2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1. Estructura de los canales actuales. El canal utilizado para llegar a los clientes o consumidores finales es el canal de comercialización directo ya que no existirán intermediarios. La empresa es el único puente entre estos.

Figura 29. Canal de comercialización.



Fuente: Autores del Proyecto

2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales

Ventajas

- Control del canal de comercialización de prestación de servicios
- Contacto directo con el cliente.
- Sensibilidad inmediata a las reacciones del mercado.
- Mayor contribución marginal (mayor ganancia, mayor comisión)

Desventajas

- La empresa puede manipular los precios a su propio criterio, lo que afectaría al cliente final.

2.7.3. Selección de los canales de comercialización. Se seleccionó este canal de prestación del servicio de distribución porque no se necesitan de intermediarios, los servicios son prestados directamente al usuario.

2.8. PRECIO

2.8.1. Análisis de precios. El análisis se realizará teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de la demanda.

Los clientes comparan precios, calidad de los servicios y tecnología lo que evidencia que mientras encuentren estos factores estarán dispuestos a pagar por ellos una tarifa justa y que se acomode al servicio ofrecido. Se tomará como punto de partida los precios promedios obtenidos en el estudio de la demanda. Véase cuadro 37.

Cuadro 38. Análisis de precios.

Servicio	Precio Demanda	Precio Oferta	Precio Promedio
Servicios de Grabación. y edición de videos	\$125,000	\$150,000	\$137,500
Servicios Fotográficos	\$4,125	\$5,000	\$4,563
Servicios de Alquiler	\$1,233	\$1,500	\$1,367

2.8.2. Estrategias de fijación de precios. Como conclusión se manejarán los precios de la oferta para no entrar a competir deslealmente con precios por debajo de los que están actualmente en el mercado.

2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1. Objetivos

- Dar a conocer los servicios fotográficos mediante diferentes medios masivos de comunicación que lleguen directamente a los consumidores.
- Informar a los consumidores sobre ofertas, promociones, descuentos y todo tipo de incentivos que motiven la compra.

2.9.2. Logotipo: Reúne las cualidades del color y la armonía conjugadas en las producciones y el laboratorio fotográfico.

Figura 30. Logo.



Fuente: Autores del Proyecto

Producciones: Encierra lo relacionado con la grabación y edición de los videos, igualmente el alquiler de equipos audiovisuales.

Flash Color: Enmarca todo lo relaciona con el laboratorio fotográfico (toma, impresión y servicios fotográficos)

2.9.3. Lema: “*Con calidad para recordar*” porque todos los servicios se prestaran con calidad garantizada, además hace alusión al producto estrella, la fotografía y a los recuerdos que estas evocan, porque la mejor manera de recordar es una buena fotografía.

2.9.4. Análisis de medios. Dentro de los medios de comunicación para dar a conocer los servicios en el municipio de San Alberto, se encuentra la radio y la televisión por medio del canal comunitario. Con la radio se tiene amplia ventaja ya que no solamente los habitantes del casco urbano del municipio se enteraran de los servicios ofrecidos sino que la cobertura llega a los habitantes de la zona rural igualmente a los municipios vecinos como San Martín, Sabana de Torres, la Esperanza y algunos otros del sur del Cesar y sur de Bolívar.

2.9.5. Selección de medios: Los medios seleccionados para la promoción y la divulgación de los servicios son:

- La radio: Se emitirán cuñas radiales por la emisora local que abarca varios municipios aledaños además de cubrir la zona urbana y rural del municipio de San Alberto.
- La Internet: Este medio de comunicación está en gran auge, por lo cual se aprovechará para mostrar el portafolio de servicios por lo cual se contará con una página web.

2.9.6. Estrategias. Se utilizarán las siguientes estrategias para que los servicios ofrecidos sean reconocidos en el mercado:

En las instalaciones se pondrá un pendón en el cual estará el nombre de la empresa, los servicios ofrecidos e información importante como dirección, teléfonos y contactos. Se repartirán volantes invitando a la comunidad al lanzamiento de la nueva empresa, igualmente se pasaran mensajes radiales y se contratará el servicio de perifoneo para hacer llegar el mensaje de la nueva empresa a toda la comunidad del municipio de San Alberto.

2.9.7. Presupuesto de publicidad y promoción

Cuadro 39. Presupuesto de lanzamiento y de operación.

Presupuesto de Lanzamiento			
Actividad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cuñas Radiales	5	\$3,000	\$15,000
Pendón	1	\$40,000	\$40,000
Volantes	500	\$200	\$100,000
Perifoneo	1	\$20,000	\$20,000
Totales			\$175,000
Presupuesto de Operación			
Actividad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cuñas Radiales	40	\$3,000	\$120,000
Perifoneo	8	\$20,000	\$160,000
Volantes	100	\$200	\$20,000
Totales			\$300,000

Fuente. Emisora Palma St. Litografía San Alberto.

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Luego de la realización del estudio de mercados se concluye lo siguiente:

Los resultados que se obtuvieron mediante la encuesta pronostican que ofrecer los servicios con precio, calidad y oportunidad es indispensable y asegura la introducción y la permanencia en el mercado.

Que el 90,65% de los hogares en San Alberto, realizan cualquier tipo de celebraciones en su núcleo familiar.

Existe un atraso tecnológico en cuanto a la prestación de servicios fotográficos pues en el municipio no hay una empresa que ofrezca los servicios de un laboratorio fotográficos.

Que con las proyecciones que se han hecho para los próximos 5 años se muestran claramente que los servicios ofrecidos tienen una buena aceptación en el mercado local y que es factible realizar innovaciones en el mismo con el fin de mejorar el número de clientes satisfechos.

Que están todas las condiciones dadas para incursionar con una nueva empresa de fotografías que además reúna los servicios de grabación y edición de videos con del de alquiler de equipos audiovisuales.

Para terminar se concluye que están dados todos los medios de comunicación para dar a conocer los servicios ofrecidos por medios sonoros (radio), audiovisual (internet) y escritos (volantes) a bajos costos y con gran cobertura.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio sobre el tamaño del proyecto es parte fundamental para el futuro de la empresa Flash Color ya que la determinación de éste se calculará en base a los resultados de la demanda y oferta determinados en el estudio de mercados, con los cuales se diseñará toda la infraestructura del proyecto.

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto: Está dado por la cantidad de servicios de grabación y edición de videos, laboratorio fotográfico y alquiler de equipos, prestados en un periodo determinado y se expresa en la capacidad de prestación del servicio y para ello se tienen en cuenta los factores importantes como la demanda, los recursos financieros, humanos y tecnológicos que permitan establecer la cantidad de servicios que puedan llegar a ofrecer y los que realmente se ofrecerán.

3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto: Entre los factores que determinan el tamaño del proyecto tenemos:

❖ **La demanda:** Según los cuadros 34, 35 y 36 del estudio de mercados, existe una demanda insatisfecha suficiente para atender el proyecto sin tener problemas de ingresos durante su vida útil.

❖ **Recursos financieros:** Debido a que el monto del proyecto no es tan alto, los socios cuenta con una parte del dinero para llevar a cabo la inversión y el restante se acudirán a las fuentes de financiación empresarial establecidas para realizar este tipo iniciativas. En San Alberto se encuentra el Banco de Bogotá, el Banco Agrario, La fundación mundial de la mujer, Financiera Coomultrasan y Crezcamos, estas entidades financieras cuenta con líneas de crédito para invertir en negocios por lo cual no constituye limitante para el proyecto.

❖ **Recurso Humano:** Para el desarrollo del proyecto se necesita de un administrador que tenga visión futurista de los negocios, en San Alberto gracias a existencia de universidades que ofrecen carrera a distancia, como La Universidad Industrial de Santander (UIS) y la Universidad de Pamplona, se cuenta con personas capacitadas para ejercer esta función, igualmente para el manejo

operativo de la misma se necesita contar con personal que tenga conocimientos en el área de producciones audiovisuales por lo cual se cuenta con una persona técnica profesional en medios audiovisuales, por lo cual este factor no es limitante para el proyecto.

❖ **Recursos Tecnológicos:** La tecnología en de los medios de audiovisuales es la que mayor evolución ha tenido en el mundo y se encuentra disponible en todas partes y a diferentes precios por lo cual este factor no presenta limitantes para el proyecto.

3.1.3. Capacidad del proyecto. Balanceado con la demanda proyectada, con la costumbre del mercado y con la competencia se tiene la capacidad proyectada resumida en el cuadro 39.

3.1.3.1 Capacidad diseñada e instalada: La capacidad diseñada corresponde al tiempo disponible para la prestación de los servicios en el lapso de tiempo de un año, tanto para los servicios de grabación de videos, servicios fotográficos y de alquiler.

Para la capacidad instalada se tuvieron en cuenta:

Para servicios grabación y edición de videos: los días del año que equivalen a 365, los cuales se multiplican por 8 horas diarias de trabajo dividido en 4 servicios diarios los que nos da un resultado de 730 videos anuales. (ver cuadro 39)

Para servicios fotográfico: los días del año que equivalen a 365, los cuales se multiplican por 8 horas diarias de trabajo multiplicado por 20 servicios diarios los un resultado de 58.400 servicios al año. (Ver cuadro 39)

Para los servicios de alquiler: los días del año que equivalen a 365, los cuales se multiplican por 8 horas diarias de trabajo multiplicado por 10 equipos disponibles da como resultado de 29.200 servicios al año (Ver cuadro 39)

3.1.3.2 Capacidad utilizada: Para la capacidad utilizada se estimará que en el primer año se utilizará el 14,50% de la capacidad instaladas para los servicios de grabación y edición de videos, el 39% de los servicios fotográficos y el 9% para los

servicios de alquiler, se estimará un crecimiento anual del 1,1% en cada uno de los tres servicios por los cinco años de duración del proyecto. Ver cuadro 39

Cuadro 40. Capacidad proyecto.

Producto	Año	Capacidad diseñada	Capacidad instalada	Capacidad utilizada y proyectada		Capacidad subutilizada
Video	1	730	598	14.5%	87	511
	2	730	598	16.0%	95	503
	3	730	598	17.5%	105	493
	4	730	598	19.3%	115	483
	5	730	598	21.2%	127	471
Foto	1	58,400	47,840	39.0%	18,658	29,182
	2	58,400	47,840	42.9%	20,523	27,317
	3	58,400	47,840	47.2%	22,576	25,264
	4	58,400	47,840	51.9%	24,833	23,007
	5	58,400	47,840	57.1%	27,317	20,523
Alquiler	1	29,200	23,920	9.0%	2,153	21,767
	2	29,200	23,920	9.9%	2,368	21,552
	3	29,200	23,920	10.9%	2,605	21,315
	4	29,200	23,920	12.0%	2,865	21,055
	5	29,200	23,920	13.2%	3,152	20,768

Fuente: Autores del Proyecto

3.2. LOCALIZACION

3.2.1. Macrolocalización: El proyecto se ubicará en el municipio de San Alberto, que está localizado al sur departamento del Cesar y al norte de Colombia. (Ver anexo D Croquis de la macrolocalización)

3.2.2. Mlicrolocalización: Para la escogencia del sitio más adecuado para la ubicación del proyecto se deben tener en cuenta factores relevantes como: canon de arrendamiento, amplitud del local, disponibilidad de los servicios públicos y accesibilidad fácil al sitio. En el cuadro 41 se detallan los tres locales seleccionados.

Igualmente se utilizará el método cuantitativo por puntos teniendo en cuenta los cuatro factores relevantes, que se describieron anteriormente, a los cuales:

Cuadro 41. Descripción local para estudio de Microlocalización.

Factores	Local A	Local B	Local C
Canon Arrendamiento	\$260,000	\$350,000	\$450,000
Área del local	18 m ²	22 m ²	15 m ²
Servicios Públicos	Agua, Luz, Teléfono	Agua, Luz, Teléfono	Agua, Luz, Teléfono, Internet
Ubicación	Carrera 4 No. 2N- 60 B. Villa Fanny	Carrera 4 No. 2N- 48 B. Villa Fanny	Vía la Palma No. 4-326

Fuente: Autores del Proyecto

Factores relevantes: A tener en cuenta para la escogencia del sitio son:

- Canon de Arrendamiento: Se escogerá el que tenga mejor precio y área
- Amplitud del Local: Se escogerá el local que ofrezca mayor posibilidad de ubicar los equipos necesarios para el funcionamiento adecuado de la empresa igual que las oficinas administrativas y operativas.
- Disponibilidad de Servicios Públicos: Esencialmente que cuente con los servicios de agua, luz y teléfono.
- Fácil acceso al sitio: Que este ubicado preferiblemente sobre la vía a la Palma o sobre la carrera 4 barrio Villa Fanny que son las vías principales del Municipio de San Alberto ya que por estas transita la mayoría de personas que pueden ver y acceder fácilmente al establecimiento.

Grados por factor: Cada factor relevante se divide en grados para medir la intensidad con la que se puede presentar cada factor.

Cuadro 42. Grados por factor.

FACTOR	GRADOS POR FACTOR
1. Canon de Arrendamiento	Grado I: Entre \$401.000 y \$500.000
	Grado II: Entre \$301.000 y \$400.000
	Grado III: Entre \$200.000 y \$300.000
2. Amplitud del Local	Grado I: De 10 a 15 m ²
	Grado II: De 16 a 20 m ²
	Grado III: Más de 20 m ²
3. Disponibilidad de Servicios Públicos	Grado I: Servicios de luz y agua
	Grado II: Servicios de luz, agua y teléfono
	Grado III: Servicios de luz, agua, teléfono e internet

FACTOR	GRADOS POR FACTOR
4. Fácil acceso al sitio	Grado I: Otra dirección del Municipio
	Grado II: Carrera 4 B. Villa Fanny
	Grado III: Sobre la Vía a la Palma

Fuente: Autores del Proyecto

Ponderación de factores y puntuación de grados por factor: Se les asigna un peso porcentual a cada factor teniendo en cuenta la importancia que representa para la localización de la empresa, la suma de los factores debe ser igual a 100%, luego se realizara la puntuación de cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo corresponde al grado de menor importancia (30% sobre el valor máximo) y el máximo de le da al de mayor importancia, teniendo como base puntual de 800 puntos por lo cual:

Para el factor 1: La ponderación máxima es de 40% y la base puntual es de 800 puntos entonces el valor máximo de los grados equivale a: $800 \times 40\% = 320$ puntos (grado III).

El valor mínimo de los grados equivale al 30% del valor del puntaje máximo que es igual a: $320 \times 30\% = 96$ (para el grado I)

El puntaje asignado a los grados restantes equivale a:

$$\frac{\text{Puntaje máximo} - \text{puntaje mínimo}}{\text{números de grados del factor} - 1} = \frac{320 - 96}{3 - 1} = 112$$

Este puntaje (112) se resta al valor mínimo y es el resultado para el grado II por lo cual $96 + 112 = 208$

En el cuadro 43 Ponderación de factores y puntos por grado, se detallan todos los resultados de los cuatro (4) factores y de la puntuación por grado por factor.

Cuadro 43. Ponderación de factores y puntuación de grados por factor.

FACTOR	PONDERACIÓN	GRADOS POR FACTOR	PUNTAJE
1	40%	Grado I	96
		Grado II	208
		Grado III	320
2	25%	Grado I	60
		Grado II	130
		Grado III	200
3	15%	Grado I	36
		Grado II	78
		Grado III	120
4	20%	Grado I	48
		Grado II	104
		Grado III	160

Fuente: Autores del Proyecto

Análisis de los factores y puntuación: Una vez definidos los porcentajes de los factores y la puntuación de los grados por factor se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 44. Resultados puntuación de los factores.

Factor	LOCAL A		LOCAL B		LOCAL C	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	III	320	II	208	I	96
2	II	130	III	200	II	130
3	II	78	II	78	III	120
4	II	104	II	104	III	160
Totales		632		590		506

Fuente: Autores del Proyecto

En el cuadro 44 se observa que el mejor local para la ubicación de la empresa es el local A ubicado en la carrera 4 No. 2N-60Barrio Villa Fanny ya que es un punto estratégico de fácil y rápido acceso para los usuarios de los servicios, además el local se presta para la realización de las adecuaciones que se necesitarán realizar para el montaje de los equipos y cuenta con los servicios públicos básicos.

3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1. Ficha técnica de los servicios

Cuadro 45. Ficha técnica de los servicios.

ITEM	CONCEPTO
Servicios	Edición y grabación de videos, servicios de laboratorio fotográfico y alquiler de equipos audiovisuales
Diseño	Los servicios se ofrecerán de lunes a sábado en dos jornadas de 7:00 am a 12 m y de 2:00 a 6:00 pm
Usos	Los servicios son dirigidos especialmente a todos los hogares del municipio de San Alberto pero se ofrece para toda la comunidad en general
Especificaciones Técnicas	Equipos de última tecnología para la prestación de todos los servicios
Vida Útil	Se tomará como vida útil las proyecciones dadas en la demanda y en la oferta es decir a 5 años

Fuente: Autores del Proyecto

3.3.2. Descripción técnica del proceso: Los procesos para la prestación de los servicios se detallan son los siguientes:

Descripción de procesos para la Grabación de videos

1. El proceso de inicia con la solicitud del cliente por el servicio a prestar.
2. Se muestran el catálogo de los servicios atenta nota del sitio y de la hora para la prestación del mismo.
3. El técnico en producción de medios audiovisuales se dirige al sitio acordado.
4. El técnico Se ubica en un sitio estratégico para la grabación del video.
5. Arma el trípode.
6. Se cuelga a la cámara al cuello
7. Prende la cámara y le quita el protector del lente

8. Abre la pantalla LCD
9. Configura la cámara según sea manual o automática
10. Ubica la cámara en el trípode
11. Se inicia la grabación
12. Termina la grabación y apaga la cámara
13. Retira la cámara del trípode
14. Pone el protector del lente
15. Guarda la cámara en el estuche

Descripción de procesos para la Edición de videos

1. Se dirige a las instalaciones de la empresa.
2. El técnico enciende la cámara
3. Conecta la cámara al computador por medio del cable USB
4. Abre el software de captura en la cámara
5. Copia los clip de videos en el computador
6. Abre el software (soni vega HD) en el computador
7. Se crea una carpeta en el computador.
8. Copia todos los clip de videos en un solo archivo
9. Se desconecta la cámara del computador
10. Abre los clips de videos con el software Adobe Premiere CC4 en el computador.
11. Realiza la edición necesaria como corte, musicalización, efectos, títulos, transiciones, cortes etc.
12. Luego de ser editado el video se exporta al archivo final en el computador.

13. Se graban estos archivos en un DVD.

14. Se realiza la portada del DVD

15. Fin del servicio.

Descripción de procesos Servicios Fotográficos

1. El proceso de inicia con la solicitud del cliente por el servicio a prestar
2. El técnico coge la cámara y se la cuelga del cuello por la correo.
3. Se desplaza hacia el objetivo
4. Acomoda el objetivo a la altura de la mirada
5. Enfoca el objetivo
6. Dispara el obturador
7. Se dirige al computador
8. Conecta la cámara al computador por medio del cable USB
9. Importan las imágenes al Computador
10. Desconecta la cámara del computador.
11. Se editan las imágenes con el programa Photoshop CC4
12. Se guardan y se imprimen las imágenes
13. Se entregan las fotografías

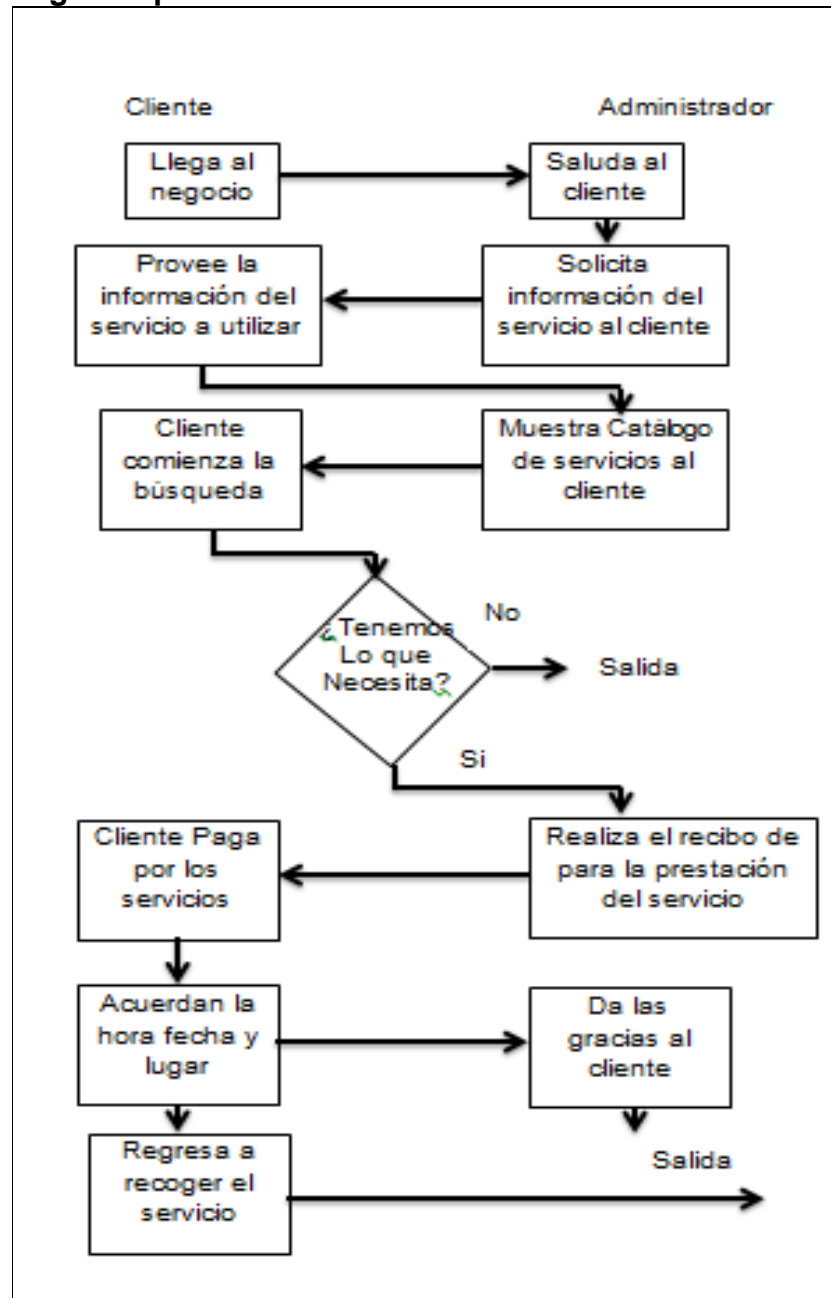
Descripción de procesos Alquiler de equipos

1. El proceso se inicia con la llamada del cliente solicitando el servicio.
2. Se toman los datos de nombre y dirección en donde se llevaran los equipos.
3. Verifica la disponibilidad de equipos.

4. Confirma la prestación del servicio.
5. Guarda en los maletines correspondientes los equipos
6. Entrega los equipos al mensajero igualmente entrega dirección de destino.
7. El mensajero lleva los equipos a la dirección de destino.
8. Se regresa para la oficina
9. Luego de transcurrido el tiempo acordado, el mensajero se desplaza hasta la dirección del servicio.
10. Reclama los equipos prestados.
11. Verifica que se encuentren en buen estado.
12. Cobra el servicio.
13. Regresa a la oficina y entrega al administrador el dinero y los equipos.
14. Realiza el reporte de entrega de los equipos
15. . El administrador guarda los equipos en su lugar.

3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento: Para la prestación de los servicios se realizaron los diagramas de procesos de acuerdo a los procesos involucrados en la prestación de los servicios

Figura 31. Diagrama procesos servicios.



Fuente: Autores del Proyecto

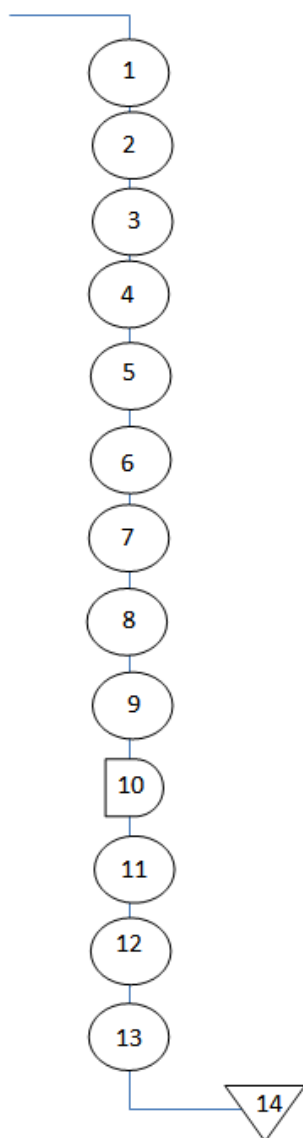
Cuadro 46. Diagrama de proceso.

DIAGRAMA DE PROCESO

Pág. 1 de 1

Procedimiento: Edición de videos

Rev. 1 Jun/11



1. El técnico enciende la cámara
2. Conecta la cámara al computador por medio del cable USB
3. Abre el software de captura en la cámara
4. Copia los clip de videos en el computador
5. Abre el software (soni vega HD) en el computador
6. Se crea una carpeta en el computador.
7. Copia todos los clip de videos en un solo archivo
8. Se desconecta la cámara del computador
9. Abre los clips de videos con el software Adobe Premiere CC4 en el computador.
10. Realiza la edición necesaria como corte, musicalización, efectos, títulos, transiciones, cortes etc.
11. Luego de ser editado el video se exporta al archivo final en el computador.
12. Se graban estos archivos en un DVD.
13. Se realiza la portada del DVD
14. Fin del servicio.

Tiempo total 30 minutos

Fuente: Autores del Proyecto

3.3.4. Control de Calidad: El control de la calidad se realiza en la revisión de las fotografías, videos y equipos antes de ser entregados con el fin de lograr que la entrega sea completa y que satisfaga las expectativas de los clientes.

Igualmente se tendrá presentes otros aspectos como la atención a los clientes que se realizarán por medio de una encuesta mensual con el fin de conocer el grado de satisfacción y los aspectos a mejorar.

Antes de entregar un servicio se realizará una revisión del mismo en busca de tener una mejor satisfacción del cliente.

3.3.5. Recursos. Es importante identificar que recursos necesarios para la ejecución del proyecto por lo cual a continuación se detallan cada uno de los recursos necesarios.

3.3.5.1 Recurso humano: Como en todo proyecto, la mano de obra es fundamental para el funcionamiento del mismo por lo cual para el desarrollo del proyecto se requieren de un administrador, un técnico en medios audiovisuales y un auxiliar que tendrá funciones de mensajería.

3.3.5.2. Recurso físico: Los equipos necesarios para la realización del proyecto son:

Cuadro 47. Maquinaria y equipo.

Impresora Digital Sony Digital Photo Printer UP-DR200.

Gran velocidad de impresión - impresiones de gran calidad en 8 segundos

La UP-DR200 imprime a alta velocidad, sea cual sea el tamaño de impresión, imprime una imagen de 10 x 15 cm aprox. 8 seg una de 13 x 18 cm lleva 20 y una de 15 x 20 cm unos 30

Videocámara Sony Hvr Z7

Una de ellas es la Sony HVR-Z7U HDV, una cámara de vídeo HD profesional con lentes intercambiables (con la posibilidad de utilizar las lentes de la DSLR Sony Alpha mediante un adaptador) que no requiere de trípode a la hora del uso y logra imágenes de alta definición a 1080p gracias a su sensor CMOS. Este equipo se adapta a las distintas condiciones de luz sin inconvenientes, aun cuando estas no sean las mejores y presenta varios modos de grabación. El zoom tiene el sello de Carl Zeiss y alcanza los 12 aumentos.



Impresora Epson Stylus Photo T50 CD/DVD

En una sola función ofrece una impresión rápida y de ultra alta definición para el hogar o la oficina en casa. Seis cartuchos económicos individuales de tinta, CD / ECV impresión avanzadas de Epson Claria ® tinta fotográfica, y las velocidades de impresión de hasta 38ppm, se combinan para ofrecer una calidad rápida y de alta y los resultados a largo impresión duradera



Toshiba t135d-s1324 ultra slim

Súper procesador AMD visión turión x2 (doble núcleo).

4gigas memoriaRAM expandible a 8g
disco duro de 320 gigas

Cámara integrada y micrófono

Tarjeta de video atireadon 3200

1919 MB para video

Última tecnología pantalla de LED HD (alta definición) para juegos 3d y diseño grafico



Cizalla (Guillotina) 40 X 60 Cms

Cizalla (guillotina) tipo industrial, todo uso.

Cuchillas especiales para corte de papel y otros.

Marco metálico, mesa con cuadrícula en cms, revestida de resina acrílica para que no se borre.



Módem USB Huawei

Con este dispositivo senavegarádesdeell computador portátil o de sobremesa (porque se conecta por USB) y es autoinstalable. Utiliza la tecnología HSDPA, lo que le permite alcanzar velocidades de transmisión de hasta 3,6 MB.



Trípode

Trípode de color plata y negro con marco de aluminio, plataforma de rápida liberación, 360 grados de giro, control de inclinación ajustable, tres paras de 3 secciones mínima de 30 cm de altura, sirve para todas las cámaras.



Kit de Luces para estudio fotografía Digital

Lámpara principal de 45 W estroboscópica (con entrada para cable de sincronización o Receptor inalámbrico)

Lámpara esclava de 45W (sin entrada para cable de sincronización, se dispara automáticamente al disparo de la lámpara principal)

Trípode de 1.70 m, Sombrilla de 33" Blanca, Sombrilla de 33" Plateada, Soporte para la luz, Disparador remoto.

Fuente: Autores del Proyecto



3.3.5.3. Insumos

Cuadro 48. Insumos para prestación de los servicios.

Cantidad	Unidad Medida	Descripción
10	Kit	Impresora UP-DR200 (2 rollos papel y 2 tóner tintas)
2	Und	Cd Virgen por Pacas De 50 Unidades
1	Und	Dvd Virgen Por Pacas De 100 Und
1	Kit	6 Cartuchos Original Epson
1	Und	Fundas Sobres Porta Cd Dvd Dobles De Felpa X 100
10	Resma	Papel fotocopia carta

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 49. Papelería.

Cantidad	Unidad	Descripción
20	Resma	Papel Fotocopia
36	Und	Bolígrafos
1	Und	Cosedora
1	Und	Perforadora
1	Und	Saca ganchos
20	Und	Ganchos legajadores
1	Caja	Grapas para la cosedora
20	Und	Carpetas

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 50. Equipo de cómputo y muebles.

Cantidad	Unidad	Descripción
2	Und	Pc Escritorio Hp Todo En Uno con licencias
1	Und	Escáner Hp G2710
1	Und	Telefax con contestador
2	Und	Escritorios para oficinas con gavetas
2	Und	Silla giratorio ergonómica
6	Und	Sillas de espera

Fuente: Autores del Proyecto

3.3.6. Estudio de proveedores: Los insumos, la papelería, los equipos de cómputo y los muebles y enseres se adquirirán en las empresas de San Alberto por la cercanía y porque se tienen los elementos de manera inmediata, la maquinaria como tal se adquirirá en la ciudad de Bucaramanga puesto que en San Alberto no existen empresas que provean la maquinaria para el funcionamiento.

Cuadro 51. Proveedores.

Concepto	Distribuidor	Ciudad
Laboratorio Fotográfico	PC Hospital	Bucaramanga
Insumos	Papelería San Diego	San Alberto
Papelería	Papelería San Diego	San Alberto
Equipo de computo	Apliquemos.com	San Alberto
Muebles y enseres	Galería	San Alberto

Fuente: Autores del Proyecto

3.3.7. Distribución del local: La distribución del espacio está diseñado según el local óptimo que se seleccionó que garantizará el funcionamiento de cada área y proceso como se presenta en el gráfico 28.

Figura 32. Distribución del local.



Fuente: Autores del Proyecto

3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

La Mlicrolocalización del local escogido por el método de valoración puntos no presenta limitaciones ya que sitio se encuentra en una de las zonas céntricas del municipio, además cuenta con los servicios públicos básicos y se puede adaptar fácilmente a las necesidades del proyecto.

Se definieron los procesos a seguir para la buena prestación de los servicios y se fijaron parámetros de calidad para asegurar la satisfacción de los clientes.

Desde el punto de vista técnico, se puede afirmar que el proyecto es viable ya que están bien definidos aspectos como localización, tamaño, ingeniería, insumos, materiales y diseño del espacio físico.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo define la forma de constitución de la empresa su cultura empresarial y su organización y remuneración dentro del marco legal e institucional correspondiente igualmente se establecerá una estructura organizacional que determine los niveles jerárquicos, los niveles salariales y los perfiles de los cargos que garanticen la funcionabilidad de la empresa.

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.1.1 Tipo de sociedad: Se constituirá una sociedad comercial de responsabilidad limitada. En este tipo de compañías la responsabilidad es limitada hasta el monto de sus aportes. La escritura de la sociedad se realizara mediante escritura pública otorgada por los socios y registrada ante notaria.

El capital está dividido en partes de igual valor. El cual debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de cualquier aumento del mismo.

Estará conformada por cuatro socios: Luis Rodrigo González Corredor c.c. 1.065.874.010, Liliana Marín Retamoza c.c. 28.155.266, y dos socios más. El monto de los aportes es de 20.000.000, y se elige como representante legal a la señorita Liliana Marín Retamoza.

4.1.2 Trámites: Registrar la matricula mercantil en cámara de comercio; para la inscripción de la empresa. Se debe consultar el nombre o razón social que se le proyecta dar a la empresa antes de proceder al registro, se debe cancelar y llenar el formulario.

Realizar la escritura de constitución donde se incorporan los estatutos sociales y las reglas que han de regir la sociedad en el futuro. Debe contener: nombre, nacionalidad, documento de identidad, y domicilio de las personas que intervienen como otorgantes; la clase o tipo de sociedad a constituir, nombre o razón social, domicilio, objeto social, capital social, duración, forma de administrar y distribución de las atribuciones, época y forma de convocar a junta de socios.

Adquirir en la cámara de comercio y diligenciar los formularios de la matrícula mercantil de la sociedad y establecimiento de comercio firmado por el representante legal.

Realizar el pago respectivo de impuesto de registro en la división de registro de industria y comercio.

Presentar en la ventanilla de cámara de comercio:

Formularios de matrícula mercantil de sociedades comerciales diligenciados.

Adjuntar la consulta del nombre aprobado.

Dos copias autenticadas de la escritura pública con reconocimiento de firmas de los fundadores, ante notario.

Adjuntar recibo de pago del impuesto de registro expedido por rentas departamentales.

Documento de identificación del representante legal.

Cancelar los derechos de matrícula, reclamar los documentos con el certificado de existencia y representación legal (personería jurídica).

Registrar ante la dirección de impuestos y adunas nacionales (DIAN), se requiere presentar formulario de registro tributario (RUT), copia de certificado de existencia y representación y copia de la escritura pública para obtener el número de identificación tributaria (NIT).

Registrar de los libros de contabilidad en cámara de comercio, se requiere libros foliados y marcados y carta de solicitud.

Obtener el número patronal en el instituto del seguro social, en las EPS y fondo de pensiones elegidas.

Es necesario, además, la solicitud de permiso por parte de Planeación Municipal, el cual permite a todos los establecimientos comerciales, industriales o de servicios ejercer su actividad en un espacio determinado y de acuerdo a lo que planea el POT respectivo al municipio en donde se ubica el establecimiento.

4.2. CULTURA EMPRESARIAL

4.2.1. Visión. En el año 2020 será una empresa reconocida en la región, siendo líder en la prestación de servicios fotográficos y grabación y edición de videos; garantizando a los clientes calidad a un buen precio apoyada en talento humano y tecnología de punta.

4.2.2. Misión. La empresa tiene como propósito brindar a los habitantes de San Alberto servicios de producciones de medios audiovisuales en la grabación y edición de videos, servicios fotográficos y alquiler de equipos audiovisuales ofreciendo atención personalizada y oportuna para cada servicio prestado.

4.2.3. Objetivos empresariales. Los objetivos se definirán bajo cuatro perspectivas:

4.2.3.1 Clientes

- Prestar los servicios con calidad, eficiencia, continuidad y oportunidad.
- Lograr que los clientes reciban los servicios en término de calidad, costo, tiempo y servicio, satisfaciendo todas sus necesidades y requerimientos.

4.2.3.2 Financieros

- Obtener ingresos suficientes que permitan a la empresa realizar más inversiones.
- Disminuir costos y gastos para generar mayor rentabilidad

4.2.3.3 Desarrollo y crecimiento

- Capacitar al personal de la empresa para motivarlos y que estén capacitados para los cargos que están ejerciendo

4.2.3.4 Procesos internos

- Implementar nuevas estrategias en todos los procesos que permitan tener indicadores de gestión en todas los servicios prestados.
- Manejar adecuadamente los desechos que generarán los procesos en la prestación de los servicios

4.2.4 Políticas empresariales

4.2.4.1 Políticas de personal:

- El personal debe ser oriundo del Municipio de San Alberto.
- Se contratará personal competente según los niveles jerárquicos de la empresa.
- Se realizarán contrato a término fijo de un año con prórroga.
- Se seleccionarán personas que respeten las ideas de los demás y resuelvan las diferencias de opinión con tolerancia para mantener relaciones armónicas.
- No se contratará a término indefinido, se hará por contrato fijo a un año con posibilidad de prórroga hasta tres años.

4.2.4.2. Políticas de compras

- Materiales e insumos: La empresa contratará con empresas que tengan la disponibilidad, que además preste beneficios económicos hacia el financiamiento de los materiales y de los insumos.

- De forma de pago: Se manejarán pagos a compras de contado buscando la adquisición de descuentos comerciales por volúmenes de ventas, aspirando a mayores utilidades.

4.2.4.3 Políticas de ventas

- Las ventas serán flexibles con el propósito de que puedan adaptarse a los cambios y reacciones del medio que nos rodea.
- Se manejarán ventas con pagos al contado para los tres servicios ofrecidos.

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1. Organigrama: La empresa tendrá su estructura organizacional con los tres cargos que inicialmente se contratarán como la administración que es la cabeza de la empresa, igualmente se contratarán un auxiliar que ayude con los servicios de mensajería y un técnico en producción de medios audiovisuales quien realizará la parte operativa de los servicios.

Figura 33. Organigrama.



4.3.2. Descripción y perfil de cargos

Cuadro 52. Descripción cargo Administrador.

PRODUCCIONES FLASH COLOR			
Nombre del Cargo:	Administrador	Departamento:	Gerencia
Nombre:	Liliana Marín Retamoza	Sede:	San Alberto
Cargo Jefe Inmediato:	Junta de Socios	Personas a cargo:	2
1. Objetivo General del Cargo: Representar a la empresa como su líder, planeando, dirigiendo y controlando la gestión y dirección, para que genere utilidades.			
2. Funciones			
<input type="checkbox"/> Dirigir y orientar los recursos económicos, humanos, técnicos y operativos de la empresa.			
<input type="checkbox"/> Fijar objetivos, derivar metas en cada área de objetivos, organizar tareas, actividades y personas.			
<input type="checkbox"/> Velar por el cumplimiento de las normas y reglamentos de la empresa.			
<input type="checkbox"/> Analizar y evaluar conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados, las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas.			
<input type="checkbox"/> Procurar utilidades a los socios de la empresa.			
<input type="checkbox"/> Procurar la transparencia en todos los actos de la empresa y de los trabajadores.			
3. Especificaciones del Puesto			
Educación: Para este cargo se requiere ser tecnólogo en Áreas administrativas o financieras			
Experiencia: Se requiere experiencia previa de mínimo dos (2) años, en manejos gerenciales y administrativos.			
Habilidades y destrezas: conocimientos en sistemas de gestión de calidad, manejo de informática, sistema de gestión empresarial			
4. Responsabilidades			
Errores: Las labores que se realizan en este cargo son extremadamente complejas. La revisión o supervisión que reciben es baja y es sobre los resultados por tanto es totalmente responsable por errores que se cometan con el manejo de la empresa.			
Máquinas y equipos: Computador.			
Información: La información que se maneja en este cargo es confidencial. Debe propender por mantener la confidencialidad de la misma.			
5. Nivel de Esfuerzo			
Mental: Las labores del cargo exigen alta y constante concentración mental, específicamente en el manejo de las reuniones, análisis de la información, evaluación de cifras del negocio.			

Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico ligero, se manejan objetos de poco peso y se adoptan posiciones incómodas esporádicamente.

6. Condiciones Ambientales

Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calos y frío nivelados, la oficina no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos y la ventilación debe ser apropiada para evitar la filtración de olores.

7. Riesgos

La probabilidad de sufrir accidentes es baja y en caso de presentarse estos serían leves. Este expuesto a riesgos psicosociales que están relacionados con la toma de decisiones, la solución de problemas y las relaciones humanas.

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 53. Descripción cargo Auxiliar (mensajero)

PRODUCCIONES FLASH COLOR			
Nombre del Cargo:	Auxiliar	Departamento:	Gerencia
Nombre:	Rodrigo González Corredor	Sede:	San Alberto
Cargo Inmediato:	Jefe Administrador	Personas a cargo:	0
1. Objetivo General del Cargo: Realizar las actividades de recepción de pedidos y entregas de los mismos cuando se solicite un domicilio			
2. Funciones			
<input type="checkbox"/> Atender a los clientes y atendiendo las inquietudes que surjan			
<input type="checkbox"/> Tomar atenta nota de los servicios solicitados e informarle al técnico cuando se traten de servicios inmediatos o al administrador cuando se pacten fechas posteriores			
<input type="checkbox"/> Realizar los servicios a domicilio cuando estos sean solicitados por los clientes.			
<input type="checkbox"/> Realizar todos los tramites de pagos de servicios públicos y demás.			
<input type="checkbox"/> Asistir al técnico cuando este lo requiera.			
3. Especificaciones del Puesto			
Educación: Para este cargo se requiere ser bachiller			
Experiencia: NO se requiere experiencia			
Habilidades y destrezas: Manejo de informática, (word, excel, power point)			
4. Responsabilidades			
Errores: Las labores que se realizan en este cargo no son complejas.			
Máquinas y equipos: Computador. (debe tener moto propia)			
Información: La información que se maneja en este cargo es confidencial. Debe propender por mantener la confidencialidad de la misma.			

5. Nivel de Esfuerzo
Mental: Las labores del cargo exigen median y constante concentración mental,
Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico ligero
6. Condiciones Ambientales
Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calos y frío nivelados, la oficina no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos y la ventilación debe ser apropiada para evitar la filtración de olores.
7. Riegos
La probabilidad de sufrir accidentes es alta por la utilización del medio de transporte (moto)

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 54. Descripción cargo técnico en producción medios audiovisuales.

PRODUCCIONES FLASH COLOR			
Nombre del Cargo:	Técnico	Departamento:	Gerencia
Nombre:	Yeny Cala Chocontá	Sede:	San Alberto
Cargo Inmediato:	Jefe Administrador	Personas a cargo:	0
1. Objetivo General del Cargo: Realizar la grabación y edición de videos igualmente las fotografías y demás servicios asociados.			
2. Funciones			
<input type="checkbox"/> Tomar las fotografías, realizando los retoques a las mismas			
<input type="checkbox"/> Encargos de la grabación y edición de os videos y demás servicios asociados			
<input type="checkbox"/> Prestar los servicios con calidad y profesionalismo.			
<input type="checkbox"/> Velar por el cuidado de cada uno de la maquinaria dispuesta para la prestación de los servicios.			
<input type="checkbox"/> Asistir al administrador cuando este lo requiera.			
3. Especificaciones del Puesto			
Educación: Para este cargo se requiere ser técnico profesional en producciones audiovisuales o áreas afines.			
Experiencia: Mínimo de un año en cargos similares			
Habilidades y destrezas: Manejo de informática, (word, excel, power point), software de diseños (photo shop) acrobat, corel, autocad.			
4. Responsabilidades			
Errores: Las labores que se realizan en este cargo no son un poco complejas.			
Máquinas y equipos: Computador, impresora, escáner.			

Información: La información que se maneja en este cargo es confidencial. Debe propender por mantener la confidencialidad de la misma.

5. Nivel de Esfuerzo

Mental: Las labores del cargo exigen mediana y constante concentración mental,

Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico ligero

6. Condiciones Ambientales

Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calos y frío nivelados, la oficina no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos y la ventilación debe ser apropiada para evitar la filtración de olores.

7. Riesgos

La probabilidad de sufrir accidentes es baja y en caso de presentarse estos serían leves. Este expuesto a riesgos psicosociales que están relacionados con la toma de decisiones, la solución de problemas y las relaciones humanas.

Fuente: Autores del Proyecto

4.3.3. Asignación salarial

Cuadro 55. Asignación salarial.

CARGOS	SALARIOS	TIPO DE CONTRATOS
Administrador	1.200.000	Fijo
Auxiliar	\$600,000	Fijo
Técnico	\$800,000	Fijo
Contador (Honorarios)	\$300,000	Prestación de servicio

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 56. Prestaciones sociales.

Concepto	%	Administrador	Técnico	Auxiliar
Valor mensual		\$1,200,000	\$800,000	\$600,000
Auxilio de transporte		\$0	\$63,600	\$63,600
Salario base liquidar algunas prestaciones		\$1,200,000	\$863,600	\$663,600
Prestaciones sociales Legales directas				
Cesantías	8.33%	\$99,960	\$71,938	\$55,278
Prima de servicios	8.33%	\$99,960	\$71,938	\$55,278
Interés a la cesantías	1.00%	\$1,000	\$719	\$553
Dotación (mensual)	7.00%	\$84,000	\$60,452	\$46,452
Vacaciones	4.17%	\$50,040	\$33,360	\$25,020

Concepto	%	Administrador	Técnico	Auxiliar
Prestaciones sociales Legales directas		\$334,960	\$238,407	\$182,581
Prestaciones sociales Indirectas				
SENA	2.00%	\$24,000	\$16,000	\$12,000
ICBF	3.00%	\$36,000	\$24,000	\$18,000
Subsidio familiar	4.00%	\$48,000	\$32,000	\$24,000
Total Aportes Parafiscales		\$108,000	\$72,000	\$54,000
Transferencias				
Salud	8.50%	\$102,000	\$68,000	\$51,000
Pensión	12.00%	\$144,000	\$96,000	\$72,000
ARP (estimado)	3.00%	\$36,000	\$24,000	\$18,000
Total Transferencias		\$282,000	\$188,000	\$141,000
TOTAL PRESTACIONES		\$1,924,960	\$1,362,007	\$1,041,181

Fuente: Autores del Proyecto

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INVERSIONES

El estudio financiero interpreta los resultados obtenidos en el estudio de mercados, estudio técnico y el estudio administrativo pues cuantifica todos los elementos que se han tenido en cuenta en el proceso de investigación y análisis del proyecto, además permite conocer si el proyecto es factible ya que después de dicha cuantificación y de la proyección de la inversión con la estimación de costos y gastos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto.

5.1.1. Inversión Fija: La inversión fija para el funcionamiento de la empresa estará compuesta por la maquinaria y equipo, muebles y enseres requeridos para el normal desarrollo de la prestación de servicios y para la atención a los clientes.

5.1.1.1. Maquinaria y equipo: Según el análisis realizado en el estudio técnico se necesitan la siguiente maquinaria y equipo para el funcionamiento del proyecto (ver cuadro 55 Valor maquinaria y equipo).

Cuadro 57. Valor maquinaria y equipo.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Impresora Sony Digital	9,500,000	9,500,000
1	Videocámara profesional	1,250,000	1,250,000
1	Cámara Fotográfica profesional	1,450,000	1,450,000
1	Impresora para CD, DVD	413,000	413,000
10	Equipos portátiles completos	1,200,000	12,000,000
20	Modem de internet inalámbrico	30,000	600,000
1	Guillotina	95,000	95,000
1	Trípode	44,900	44,900
1	Kit de luces de estudio toma de fotografías	575,000	575,000
Total			25,927,900

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.1.2. Equipo de cómputo: Para la parte administrativa de la empresa se necesitan los siguientes elementos (ver cuadro 56. Valor equipo de oficina)

Cuadro 58. Valor equipo de cómputo.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Pc Escritorio Hp Todo con licencias	\$1,994,000	\$3,988,000
1	Escáner Hp G2710	\$174,000	\$174,000
1	Telefax con contestador	\$450,000	\$450,000
Total			\$4,612,000

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.1.3 Equipo de oficina: La empresas requerirá para su funcionamiento los siguientes equipos de oficina (ver cuadro 57. Valor equipo de oficina)

Cuadro 59. Equipo de oficina.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Escritorios para oficinas con gavetas	\$425,000	\$850,000
2	Silla giratorio ergonómica	\$384,000	\$768,000
6	Sillas de espera	\$40,000	\$240,000
Total			\$1,858,000

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.1.4. Total de Inversión fija: Los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto es de \$43.799.401 de los cuales el 77% es decir \$33.799.401 serán cubiertos por recursos propios y el 23% restante que equivalen a \$10.000.000 se obtendrán mediante un préstamo que se realizará en el Banco Agrario cuya tasa de interés anual es del 17,5% Efectivo Anual. (Ver amortización en el cuadro 69).

Cuadro 60. Total inversión fija.

Inversión	Año 0
Inversión Fija	\$32,397,900
Inversión Diferida	\$4,632,500
Capital de trabajo	\$6,769,091
Total Inversión	\$43,799,491

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.2. Inversión diferida: Está representada por los gastos pre operativos en los que incurre la empresa antes de iniciar sus actividades. En el cuadro 59 se detallan los gastos diferidos.

Cuadro 61. Gastos diferidos.

Descripción	Subtotales	Inversión
Estudio del proyecto		\$2,400,000
Licencia Microsoft Office		\$760,000
Software Psd 2011 Photoshop		\$200,000
Software Sony Vegas 10		\$100,000
Constitución de la empresa		\$997,500
Registro de cámara de comercio	\$600,000	
Registro Mercantil	\$86,000	
Industria y Comercio	\$300,000	
Estudio de nombre del establecimiento	\$6,500	
Formularios cámara de comercio	\$5,000	
Publicidad de lanzamiento		\$175,000
Total Inversión Diferida		\$4,632,500

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.3. Inversión en capital de trabajo: Para la inversión en capital de trabajo se tendrán en cuenta los gastos de administración y ventas, la mano de obra directa, CIF, costos directos, teniendo en cuenta la política de venta que todas las ventas serán al contado, por lo tanto se tendrá recurso en el primer mes de funcionamiento, igualmente se deberán tener en cuenta los egresos que se describen a continuación:

5.1.3.1 Insumos: Hace referencia a los insumos necesarios para la prestación de los servicios.

Cuadro 62. Insumos.

Cant	Unidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10	Kit	Impresora UP-DR200 (papel fotográfico y tinta)	\$104,700	\$1,047,000
2	Und	Cd Virgen por Pacas De 50 Unidades	\$18,000	\$36,000
1	Und	Dvd Virgen Por Pacas De 100 Und	\$41,000	\$41,000
1	Kit	6 Cartuchos Original Epson	\$500,000	\$500,000
1	Und	Fundas Sobres Porta Cd Dvd Dobles	\$6,000	\$6,000
2	CD	Plantillas de Psd Photoshop	\$50,000	\$100,000
10	Resma	Papel fotocopia carta	\$8,500	\$85,000
Total insumos mensuales				\$1,815,000

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.3.2 Mano obra directa (MOD). Corresponde al técnico en producción de medios audiovisuales quien intervine directamente en la prestación de los servicios

Cuadro 63. Mano de Obra Directa MOD.

MANO DE OBRA DIRECTA (Técnico)			
Concepto	%	Valor Mensual	Valor Anual
Valor mensual		\$800,000	\$9,600,000
Auxilio de transporte		\$63,600	\$763,200
Salario base liquidar algunas prestaciones		\$863,600	\$10,363,200
Prestaciones sociales Legales directas			
Cesantías	8.33%	\$71,938	\$863,255
Prima de servicios	8.33%	\$71,938	\$863,255
Interés a la cesantías	1.00%	\$719	\$8,633
Dotación (mensual)	7.00%	\$60,452	\$725,424
Vacaciones	4.17%	\$33,360	\$400,320
Prestaciones sociales Legales directas		\$238,407	\$2,860,886
Prestaciones sociales Indirectas			
SENA	2.00%	\$16,000	\$192,000
ICBF	3.00%	\$24,000	\$288,000
Subsidio familiar	4.00%	\$32,000	\$384,000
Total Aportes Parafiscales		\$72,000	\$864,000
Transferencias			
Salud	8.50%	\$68,000	\$816,000
Pensión	12.00%	\$96,000	\$1,152,000
ARP (estimado)	3.00%	\$24,000	\$288,000
Total Transferencias		\$188,000	\$2,256,000
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		\$1,362,007	\$16,344,086

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.3.3 Costos indirectos

Mano de obra indirecta: Corresponde a los empleados que intervienen indirectamente en el funcionamiento de la empresa Flash Color, como el administrador y el auxiliar. El salario de la Mano de Obra Indirecta (MOI) se divide en 50% para MOI y el otro 50% restante se toma como gastos de administración. (Ver cuadro 62 y 63)

Cuadro 64. MOI Auxiliar.

Mano de Obra Indirecta (Auxiliar)			
Concepto	%	Valor Mensual	Valor Anual
Valor mensual		\$600,000	\$7,200,000
Auxilio de transporte		\$63,600	\$763,200
Salario base liquidar algunas prestaciones		\$663,600	\$7,963,200
Prestaciones sociales Legales directas			
Cesantías	8.33%	\$55,278	\$663,335
Prima de servicios	8.33%	\$55,278	\$663,335
Interés a la cesantías	1.00%	\$553	\$6,633
Dotación (mensual)	7.00%	\$46,452	\$557,424
Vacaciones (mensual)	4.17%	\$25,020	\$300,240
Prestaciones sociales Legales directas		\$182,581	\$2,190,966
Prestaciones sociales Indirectas			
SENA	2.00%	\$13,272	\$159,264
ICBF	3.00%	\$19,908	\$238,896
Subsidio familiar	4.00%	\$26,544	\$318,528
Total Aportes Parafiscales		\$59,724	\$716,688
Transferencias			
Salud	8.50%	\$56,406	\$676,872
Pensión	12.00%	\$79,632	\$955,584
ARP (estimado)	3.00%	\$19,908	\$238,896
Total Transferencias		\$155,946	\$1,871,352
Total Mano de Obra Indirecta		\$1,061,851	\$12,742,206
50% para MOI		\$530,925	\$6,371,103

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 65. MOI Administrador.

Nómina cargo Administrador			
Concepto	%	Valor Mensual	Valor Anual
Valor mensual		\$1,200,000	\$14,400,000
Auxilio de transporte			\$0
Salario base liquidar algunas prestaciones		\$1,200,000	\$14,400,000
Prestaciones sociales Legales directas			
Cesantías	8.33%	\$99,960	\$1,199,520
Prima de servicios	8.33%	\$99,960	\$1,199,520
Interés a la cesantías	1.00%	\$1,000	\$11,995
Dotación (mensual)	7.00%	\$84,000	\$1,008,000
Vacaciones (mensual)	4.17%	\$50,040	\$600,480
Prestaciones sociales Legales directas		\$334,960	\$4,019,515
Prestaciones sociales Indirectas			

Nómina cargo Administrador			
Concepto	%	Valor Mensual	Valor Anual
SENA	2.00%	\$24,000	\$288,000
ICBF	3.00%	\$36,000	\$432,000
Subsidio familiar	4.00%	\$48,000	\$576,000
Total Aportes Parafiscales		\$108,000	\$1,296,000
Transferencias			
Salud	8.50%	\$102,000	\$1,224,000
Pensión	12.00%	\$144,000	\$1,728,000
ARP (estimado)	3.00%	\$36,000	\$432,000
Total Transferencias		\$282,000	\$3,384,000
Total nómina cargo Administrador		\$1,924,960	\$23,099,515
Total Nómina administrativa		\$2,455,885	\$29,470,618

Fuente: Autores del Proyecto

Mantenimiento: Se estima un valor mensual de \$35.000 para un total al año \$420.000 que se destinaran al mantenimiento de los equipos,

Depreciación de activos operativos: Se realiza la depreciación por el método de línea recta a todos los activos ya que esta tasa es constante. (Ver cuadro 64).

Cuadro 66. Depreciación de los activos operativos.

Descripción	Valor Total	Años	Depreciación
Impresora Sony Digital	\$9,500,000	5	\$1,900,000
Videocámara profesional	\$1,250,000	5	\$250,000
Cámara Fotográfica profesional	\$1,450,000	5	\$290,000
Impresora para CD, DVD	\$413,000	5	\$82,600
Equipos portátiles completos	\$12,000,000	5	\$2,400,000
Modem de internet inalámbrico	\$600,000	5	\$120,000
Guillotina	\$95,000	5	\$19,000
Trípode	\$44,900	5	\$8,980
Kit de luces de estudio toma de fotografías	\$575,000	5	\$115,000
Total	\$25,927,900		\$5,185,580
Total valor por mes de la depreciación			\$432,132

Fuente: Autores del Proyecto

Servicios: Comprenden los valores estimados de los servicios públicos (agua, luz, teléfono) según el estrato y los consumos de los negocios que están en el sector

por lo cual se estiman los siguientes valores (ver cuadro 65). Del valor anual de los servicios el 80%, es decir \$2.496.000 se cargarán a los costos y el 20% restante se cargarán a los gastos.

Cuadro 67. Valor servicios públicos.

Servicio	Valor Mes	Valor Año
Agua	\$100,000	\$1,200,000
Luz	\$70,000	\$840,000
Teléfono	\$90,000	\$1,080,000
Total Servicios	\$260,000	\$3,120,000
Costos 80%	\$208,000	\$2,496,000
Gastos 20%	\$52,000	\$624,000

Fuente: Autores del Proyecto

Arriendo: Según el estudio técnico realizado para la escogencia de local por medio del método de valoración por puntos, el valor del local es de \$260.000 mensual, al año sería de \$3.120.000 de los cuales el 80% se cargarán a los costos es decir \$2.496.000 y el 20% restante a los gastos.

Total Costos del servicio: El total de los costos del servicio se detallan en el cuadro 66

Cuadro 68. Costos del servicio.

Ítem	Valor Mensual	Valor Anual
Insumos	\$493,400	\$5,920,800
MOD	\$1,331,388	\$15,976,655
Costos Indirectos	\$2,298,328	\$27,866,891
MOI (50% del Auxiliar y Administrador)	\$1,416,863	\$17,289,311
Mantenimiento	\$33,333	\$400,000
Depreciación Activos Operativos	\$432,132	\$5,185,580
Servicios (80% de \$3,120,000)	\$208,000	\$2,496,000
Arriendo (80% de \$3,120,000)	\$208,000	\$2,496,000
Total Costos del servicio	\$4,123,116	\$49,764,345

5.1.3.4 Gastos de administración y ventas

Mano de Obra de administración y ventas: Corresponde al 50% del salario del administrador y del auxiliar, que según los cuadros 62 y 63 corresponde a \$1.416.863 mensual y \$17.289.311 para el año.

Amortización de diferidos: Los diferidos se amortizan en un periodo de 5 años que corresponden a la vida útil del proyecto.

Total diferidos: $\$4.632.500 / 5 \text{ años} = \$926.500 \text{ anuales} / 12 \text{ meses} = \77.208 mensuales .

Depreciación de activos administrativos: Se realiza la depreciación por el método de línea recta a todos los activos ya que esta tasa es constante. Ver cuadro 67.

Cuadro 69. Depreciación activos administrativos.

Descripción	Valor Total	Años	Depreciación
Escritorios para oficinas con gavetas	\$850,000	10	\$85,000
Silla giratorio ergonómica	\$768,000	10	\$76,800
Sillas de espera	\$240,000	10	\$24,000
Pc Escritorio Hp Todo En Uno	\$3,988,000	5	\$797,600
Escáner Hp G2710	\$174,000	5	\$34,800
Telefax con contestador	\$450,000	5	\$90,000
Total	\$6,470,000		\$1,108,200
Total valor por mes de la depreciación			\$92,350

Fuente: Autores del Proyecto

Publicidad: Según el cuadro 39, el presupuesto para la publicidad de operación es de \$300.000 mensuales por lo cual el valor anual es de \$3,600,00.

Papelería: Para la puesta en marcha de la empresa se requiere de los elementos de papelería que se encuentra detallado en el cuadro 48 y cuyo valor mensual es de \$95,900 y anual de \$292,200.

Servicios: Según el cuadro 65, para los servicios públicos de administración se estimara que el del 20% sobre \$3,120,000, es decir \$52,000 mensuales y \$624,000 anuales.

Arriendo: Según el estudio técnico realizado para la escogencia de local por medio del método de valoración por puntos, el valor del local es de \$260.000 mensuales, al año sería de \$3,120,000 de los cuales el 80% se cargarán a los costos y el 20% es decir \$624,000 para los gastos de admón.

Honorarios: Para la asesoría contable se estiman honorarios mensuales de 300,000 mensuales por lo cual anualmente serán de \$3,600,000.

En el cuadro 68 se detallan los valores de los gastos de administración y ventas.

Cuadro 70. Gastos de administración y ventas.

ITEM	Valor Mensual	Valor Anual
Nómina administrativa (administrador)	\$1,924,960	\$23,099,515
MOI (50%)	\$530,925	\$6,371,103
Amortización de diferidos	\$77,208	\$926,500
Depreciación activos administrativos	\$92,350	\$1,108,200
Publicidad	\$300,000	\$3,600,000
Papelería	\$24,350	\$292,200
Servicios (20%)	\$52,000	\$624,000
Arriendo (20%)	\$52,000	\$624,000
Honorarios por Asesoría Contable	\$300,000	\$3,600,000
Total Gastos de Administración y ventas	\$3,353,793	\$40,245,518

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.3.5 Gastos de Financieros: Está representado en el crédito que se solicitará al banco que harán parte del capital inicial de la empresa, la tasa de interés será del 17,5% EA y se pagará según liquidación de relacionado en el cuadro 69.

Cuadro 71. Amortización préstamo bancario.

Préstamo	10,000,000	Interés mensual		1.46%
Periodo	36 meses	Valor cuota mensual		359,020
Periodo	Capital	Intereses	Cuota Total	Saldo
1	213,187	145,833	359,020	9,786,813
2	216,296	142,724	359,020	9,570,518
3	219,450	139,570	359,020	9,351,068
4	222,650	136,370	359,020	9,128,417
5	225,897	133,123	359,020	8,902,520
6	229,192	129,828	359,020	8,673,329
7	232,534	126,486	359,020	8,440,795
8	235,925	123,095	359,020	8,204,870
9	239,366	119,654	359,020	7,965,504
10	242,856	116,164	359,020	7,722,648
11	246,398	112,622	359,020	7,476,250
12	249,991	109,029	359,020	7,226,258
13	253,637	105,383	359,020	6,972,621
14	257,336	101,684	359,020	6,715,285
15	261,089	97,931	359,020	6,454,196
16	264,896	94,124	359,020	6,189,300
17	268,759	90,261	359,020	5,920,541
18	272,679	86,341	359,020	5,647,862
19	276,655	82,365	359,020	5,371,207
20	280,690	78,330	359,020	5,090,517
21	284,783	74,237	359,020	4,805,733
22	288,936	70,084	359,020	4,516,797
23	293,150	65,870	359,020	4,223,647
24	297,425	61,595	359,020	3,926,222
25	301,763	57,257	359,020	3,624,459
26	306,163	52,857	359,020	3,318,296
27	310,628	48,392	359,020	3,007,668
28	315,158	43,862	359,020	2,692,510
29	319,754	39,266	359,020	2,372,755
30	324,417	34,603	359,020	2,048,338
31	329,148	29,872	359,020	1,719,190
32	333,948	25,072	359,020	1,385,241
33	338,819	20,201	359,020	1,046,423
34	343,760	15,260	359,020	702,663
35	348,773	10,247	359,020	353,890
36	353,890	5,161	359,051	0

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.3.6. Total Capital de trabajo: Para calcular el capital de trabajo se tiene en cuenta la suma de mensual de los egresos monetarios (excepto la amortización de diferidos y la depreciación) el cual se detalla en el cuadro 70.

Cuadro 72. Capital de trabajo.

ITEM	Valor Mensual
Costos totales del servicio	\$3,269,464
Gastos de Admón. y Ventas	\$3,353,793
Gastos financieros	\$145,833
Total Capital de trabajo	\$6,769,091

Fuente: Autores del Proyecto

5.1.4. Inversión total:

Para calcular el valor de la inversión total del proyecto se tienen en cuenta la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo.

Cuadro 73. Inversión total.

Inversión	Año 0
Inversión Fija	\$32,397,900
Inversión Diferida	\$4,632,500
Capital de trabajo	\$6,769,091
Total Inversión	\$43,799,491

Fuente: Autores del Proyecto

5.2. COSTOS

5.2.1. Costos fijos: Están compuestos por valores que se encuentran presupuestados para un determinado periodo y que no tienen relación con la disminución o incremento de las ventas, los cuales se presentan en el cuadro 72.

Cuadro 74. Costos Fijos.

Costo	Valor Mes	Valor Anual
MOD	\$1,362,007	\$16,344,086
MOI	\$530,925	\$6,371,103
Nómina administrativa	\$2,455,885	\$29,470,618
Arriendo	\$260,000	\$3,120,000
Publicidad	\$300,000	\$3,600,000
Papelería	\$24,350	\$292,200
Asesoría Contable	\$300,000	\$3,600,000
Depreciación	\$524,482	\$6,293,780
Amortización de diferidos	\$77,208	\$926,500
Gastos financieros	\$127,875	\$1,534,498
Total	\$5,962,732	\$71,552,785

Fuente: Autores del Proyecto

5.2.2. Costos variables: Estos costos están directamente relacionados con la prestación de los servicios.

Cuadro 75. Costos Variables.

Costo	Valor Mes	Valor Anual
Insumos	\$493,400	\$5,920,800
Servicios Públicos	\$260,000	\$3,120,000
Mantenimiento	\$35,000	\$420,000
Total	\$788,400	\$9,460,800

Fuente: Autores del Proyecto

5.2.3. Costos totales unitarios: Corresponden a los costos totales fijos más los costos totales variables divididos en la cantidad de servicios a prestar en un año tal y como se detallan en los cuadros 74 y 75.

Cuadro 76. Costos totales.

Costo	Costo Mes	Costo Anual	%
Costos Fijos	\$5,962,732	\$71,552,785	88.32%
Costos Variables	\$788,400	\$9,460,800	11.68%
Costos Totales	\$6,751,132	\$81,013,585	100.00%

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 77. Costos totales unitarios por servicio.

Servicio	Unid Año 1	% Distrib. Costos totales	Costo Anual	Costo Unitario
Grabación y edición videos	87	13%	\$10,531,766	\$121,460
Fotográficos	18,658	84%	\$68,051,412	\$3,647
Alquiler	2,153	3%	\$2,430,408	\$1,129
Totales		100%	\$81,013,585	

Fuente: Autores del Proyecto

5.2.4. Precio de venta: Para determinar el precio de venta de los servicios se tomará como base los resultados arrojados en el estudio de mercados en la encuesta de la demanda, donde se preguntó el precio que paga por cada uno de los servicios prestados (preguntas 8, 10 y 12) este resultado lo multiplicamos por 15% que son este análisis se refleja en el cuadro 76.

Cuadro 78. Precio de venta de los servicios.

Servicio	Costo Unitario	PVP
Grabación y edición videos	\$121,460	\$143,000
Fotográficos	\$3,647	\$4,300
Alquiler	\$1,129	\$1,400

Fuente: Autores del Proyecto

El precio de venta estará por encima del costo unitario y por debajo del precio del mercado, sin que llegar a tener competencia desleal.

5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS

5.3.1. Ingresos proyectados: Para la proyección de los ingresos se tiene como base a proyección de la oferta realizada en el estudio de mercados para cada uno de los servicios ofrecidos.

Cuadro 79. Ingresos proyectados (pesos constantes)

SERVICIO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Grabación y edición videos	Cap	87	95	105	115	127
	V/r	\$12,399,530	\$13,639,483	\$15,003,431	\$16,503,774	\$18,154,152
Fotográficos	Cap	18,658	20,523	22,576	24,833	27,317
	V/r	\$80,227,680	\$88,250,448	\$97,075,493	\$106,783,042	\$117,461,346
Alquiler	Cap	2,153	2,368	2,605	2,865	3,152
	V/r	\$3,013,920	\$3,315,312	\$3,646,843	\$4,011,528	\$4,412,680
TOTAL		\$95,641,130	\$105,205,243	\$115,725,767	\$127,298,344	\$140,028,178

Fuente: Autores del Proyecto

5.3.2. Egresos Proyectados: Corresponden a los Costos del servicio, gastos de administración y ventas y gastos financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Los egresos se proyectan a 5 años (vida útil del proyecto). Los costos fijos son constantes mientras los variables se proyectan con un crecimiento del 4% (estimado del IPC Nacional)

Cuadro 80. Egresos proyectados.

Servicios		Costos Opera Unit.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Costos	Grabación y edición videos	Cap	87	95	105	115	127	
		\$75,270	\$6,526,660	\$7,179,326	\$7,897,259	\$8,686,984	\$9,555,683	
	Fotográficos	Cap	18,658	20,523	22,576	24,833	27,317	
		\$1,699	\$31,707,526	\$34,878,278	\$38,366,106	\$42,202,717	\$46,422,989	
	Alquiler	Cap	2,153	2,368	2,605	2,865	3,152	
		\$464	\$999,383	\$1,099,321	\$1,209,254	\$1,330,179	\$1,463,197	
	SUBTOTAL			\$39,233,569	\$43,156,926	\$47,472,618	\$52,219,880	\$57,441,868
	Gastos Admón. y Ventas			\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518
	Gastos Financieros			\$1,534,498	\$1,008,204	\$382,049	\$0	\$0
	TOTAL			\$81,013,585	\$84,410,648	\$88,100,186	\$92,465,399	\$97,687,387

Fuente: Autores del Proyecto

5.4. ESTADOS FINANCIEROS

5.4.1. Flujo de Caja Projectado: Se reflejarán los flujos de dinero del proyecto estimados en las inversiones, en los ingresos y en los egresos necesarios para la puesta en marcha, además es base para el cálculo de la TIR y del VNP. (Ver cuadro 80)

Cuadro 81. Flujo de caja proyectado.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		\$95,641,130	\$105,205,243	\$115,725,767	\$127,298,344	\$140,028,178
Préstamo bancario	\$10,000,000					
Capital social	\$33,799,491					
TOTAL INGRESOS	\$43,799,491	\$95,641,130	\$105,205,243	\$115,725,767	\$127,298,344	\$140,028,178
EGRESOS						
Inversión fija	\$32,397,900	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Inversión diferida	\$4,632,500	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Costos totales del servicio		\$39,233,569	\$43,156,926	\$47,472,618	\$52,219,880	\$57,441,868
Gastos de Admón. y ventas		\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518
Gastos financieros		\$1,534,498	\$1,008,204	\$382,049		
Abono a capital		\$2,773,742	\$3,300,036	\$3,926,222		
Pago imp. (33%)		\$0	\$4,827,090	\$6,862,216	\$9,116,442	\$11,494,872
TOTAL EGRESOS	\$37,030,400	\$83,787,327	\$92,537,774	\$98,888,624	\$101,581,840	\$109,182,259
SALDO Ingresos-Egresos	\$6,769,091	\$11,853,803	\$12,667,469	\$16,837,143	\$25,716,504	\$30,845,920
Amort. Diferida		\$926,500	\$926,500	\$926,500	\$926,500	\$926,500
Amort. Capital trabajo						\$6,769,091
Deprec. Act. Fijos		\$6,293,780	\$6,293,780	\$6,293,780	\$6,293,780	\$6,293,780
Valor salvamento						\$929,000
SALDO NETO CAJA	\$6,769,091	\$19,074,083	\$19,887,749	\$24,057,423	\$32,936,784	\$45,764,290
Saldo inicial de caja		\$6,769,091	\$25,843,173	\$45,730,922	\$69,788,346	\$102,725,129
(-)Amort. Capital trabajo						-\$6,769,091
(-)Valor salvamento						-\$929,000
SALDO FINAL CAJA	\$6,769,091	\$25,843,173	\$45,730,922	\$69,788,346	\$102,725,129	\$140,791,329
Gastos financieros		\$1,534,498	\$1,008,204	\$382,049	\$0	\$0
Abono a capital		\$2,773,742	\$3,300,036	\$3,926,222	\$0	\$0
FLUJO CAJA LIBRE	-\$37,030,400	\$30,151,413	\$50,039,162	\$74,096,616	\$102,725,129	\$140,791,329

Fuente: Autores del Proyecto

5.4.2. Estado de Resultados Projectado: Permite ver la utilidad de la empresa en los 5 años que dura el proyecto. Sirve como base para la elaboración del balance general, el flujo de caja y para el cálculo de la evaluación financiera. (Ver cuadro 81)

Cuadro 82. Estado de resultados proyectado.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$95,641,130	\$105,205,243	\$115,725,767	\$127,298,344	\$140,028,178
(-) Costos totales de los servicios	\$39,233,569	\$43,156,926	\$47,472,618	\$52,219,880	\$57,441,868
Utilidad Bruta	\$56,407,561	\$62,048,317	\$68,253,149	\$75,078,464	\$82,586,310
(-) Gastos de Admón. y Ventas	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518	\$40,245,518
Utilidad Operacional	\$16,162,043	\$21,802,799	\$28,007,631	\$34,832,945	\$42,340,792
Gastos financieros	1,534,498	1,008,204	382,049	\$0	\$0
Utilidad antes de Imp.	\$14,627,545	\$20,794,595	\$27,625,581	\$34,832,945	\$42,340,792
(-) Impuestos (33%)	\$4,827,090	\$6,862,216	\$9,116,442	\$11,494,872	\$13,972,461
Utilidad Líquida	\$9,800,455	\$13,932,379	\$18,509,140	\$23,338,073	\$28,368,330
(-) Reserva Legal (10%)	\$980,045	\$1,393,238	\$1,850,914	\$2,333,807	\$2,836,833
UTILIDAD EJERCICIO	\$8,820,409	\$12,539,141	\$16,658,226	\$21,004,266	\$25,531,497

Fuente: Autores del Proyecto

5.4.3. Balance General primer año: Muestra la situación financiera de la empresa en determinada fecha. El balance se realizará para cada uno de los cinco años de vida útil del proyecto (ver cuadro 82)

Cuadro 83. Balance general proyectado.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y bancos	\$25,843,173	\$45,730,922	\$69,788,346	\$102,725,129	\$140,791,329
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$25,843,173	\$45,730,922	\$69,788,346	\$102,725,129	\$140,791,329
ACTIVO FIJO					
Maquinaria y Equipo	\$25,927,900	\$25,927,900	\$25,927,900	\$25,927,900	\$25,927,900
Equipo de oficina	\$1,858,000	\$1,858,000	\$1,858,000	\$1,858,000	\$1,858,000
Equipo de Computo	\$4,612,000	\$4,612,000	\$4,612,000	\$4,612,000	\$4,612,000
Diferidos	\$4,632,500	\$4,632,500	\$4,632,500	\$4,632,500	\$4,632,500
(-) Amortización acumulada	\$926,500	\$1,853,000	\$2,779,500	\$3,706,000	\$4,632,500
(-) Depreciación acumulada	\$6,293,780	\$12,587,560	\$18,881,340	\$25,175,120	\$31,468,900
TOTAL ACTIVO FIJO	\$29,810,120	\$22,589,840	\$15,369,560	\$8,149,280	\$929,000
TOTAL ACTIVO	\$55,653,293	\$68,320,762	\$85,157,906	\$110,874,409	\$141,720,329
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Impuesto de renta	\$4,827,090	\$6,862,216	\$9,116,442	\$11,494,872	\$13,972,461
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$4,827,090	\$6,862,216	\$9,116,442	\$11,494,872	\$13,972,461
PASIVO NO CORRIENTE					
Obligaciones financieras	\$7,226,258	\$3,926,222	\$0	\$0	\$0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$7,226,258	\$3,926,222	\$0	\$0	\$0
TOTAL PASIVO	\$12,053,348	\$10,788,438	\$9,116,442	\$11,494,872	\$13,972,461
PATRIMONIO					
Capital social	\$33,799,491	\$33,799,491	\$33,799,491	\$33,799,491	\$33,799,491
Reserva legal	\$980,045	\$2,373,283	\$4,224,197	\$6,558,005	\$9,394,838
Utilidad acum. ejercicios anteriores	\$0	\$8,820,409	\$21,359,550	\$38,017,776	\$59,022,042
Utilidad del ejercicio	\$8,820,409	\$12,539,141	\$16,658,226	\$21,004,266	\$25,531,497
TOTAL PATRIMONIO	\$43,599,945	\$57,532,324	\$76,041,464	\$99,379,537	\$127,747,868
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$55,653,293	\$68,320,762	\$85,157,906	\$110,874,409	\$141,720,329

Fuente: Autores del Proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Permitirá determinar el número de servicios mínimos a ofrecer para que el proyecto cubra sus costos y gastos en un punto en que ni pierda ni gane. Para el cálculo del punto de equilibrio por cada servicio a ofrecer se calcularán los costos variables por servicios y los costos prorrateado igualmente por cada servicio (ver cuadros 83, 84 y 85)

Cuadro 84. Distribución de los costos variables por servicios.

Servicio	Costo Unitario	% Costos Variables	Costo Var Unit
Grabación y edición videos	\$121,460	11.68%	\$14,186
Fotográficos	\$3,647	11.68%	\$426
Alquiler	\$1,129	11.68%	\$132

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 85. Costo fijo total prorrateado.

Servicio	Costo Fijo Anual	% Distrib. Costos totales	Costo Fijo Prorrateado
Grabación y edición videos	\$71,552,785	13%	\$9,301,862
Fotográficos	\$71,552,785	84%	\$60,104,340
Alquiler	\$71,552,785	3%	\$2,146,584
Totales		100%	\$71,552,785

Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 86. Punto de Equilibrio.

servicio	costo fijo total prorrateado	pvp	costo variable unitario	Punto de equilibrio
Grabación y edición videos	\$9,301,862	\$143,000	\$14,184	72
Fotográficos	\$60,104,340	\$4,300	\$426	15,515
Alquiler	\$2,146,584	\$1,400	\$132	1,693

Fuente: Autores del Proyecto

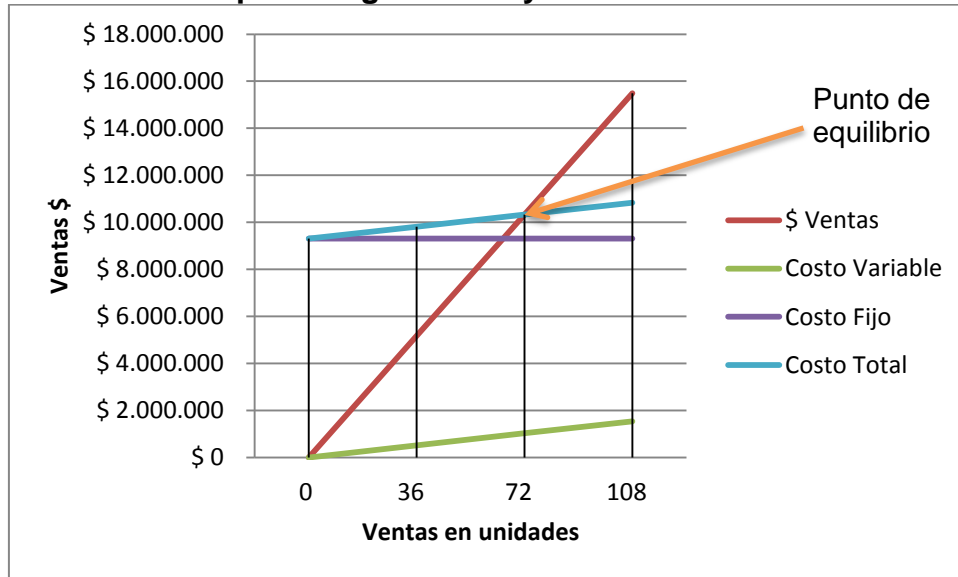
Para graficar el punto de equilibrio por cada servicio, se escogerán cantidades por debajo y por encima de la cantidad calculada en el cuadro 85, por lo cual tenemos:

Cuadro 87. Punto de equilibrio Grabación y edición de videos.

Q Ventas	0	36	72	108
\$ Ventas	\$0	\$5,163,052	\$10,326,104	\$15,489,156
Costo Variable	\$0	\$512,121	\$1,024,242	\$1,536,363
Costo Fijo	\$9,301,862	\$9,301,862	\$9,301,862	\$9,301,862
Costo Total	\$9,301,862	\$9,813,983	\$10,326,104	\$10,838,225
Beneficio	-\$9,301,862	-\$4,650,931	\$0	\$4,650,931

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 34. Punto de equilibrio grabación y edición de videos.



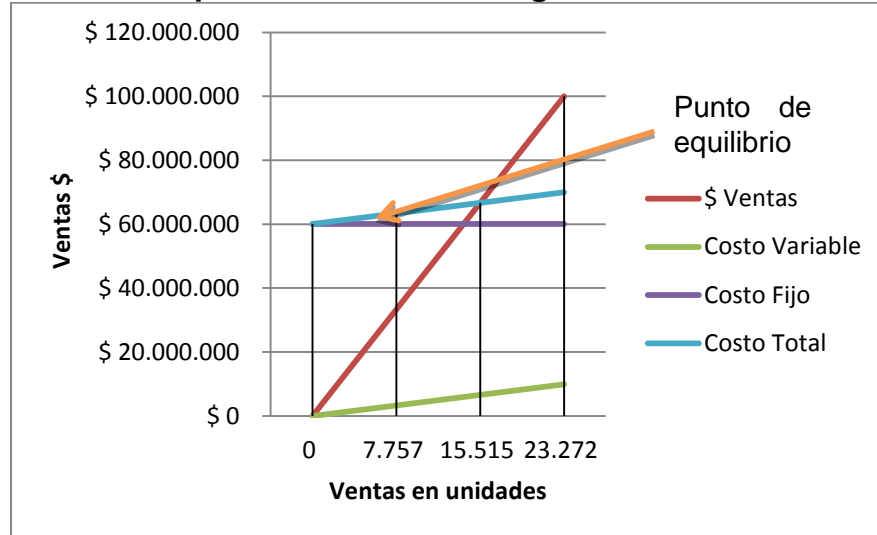
Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 88. Punto de equilibrio Servicios fotográficos.

Q Ventas	0	7,757	15,515	23,272
\$ Ventas	\$0	\$33,356,331	\$66,712,662	\$100,068,992
Costo Variable	\$0	\$3,304,161	\$6,608,322	\$9,912,483
Costo Fijo	\$60,104,340	\$60,104,340	\$60,104,340	\$60,104,340
Costo Total	\$60,104,340	\$63,408,501	\$66,712,662	\$70,016,822
Beneficio	-\$60,104,340	-\$30,052,170	\$0	\$30,052,170

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 35. Punto de equilibrio Servicios fotográficos.



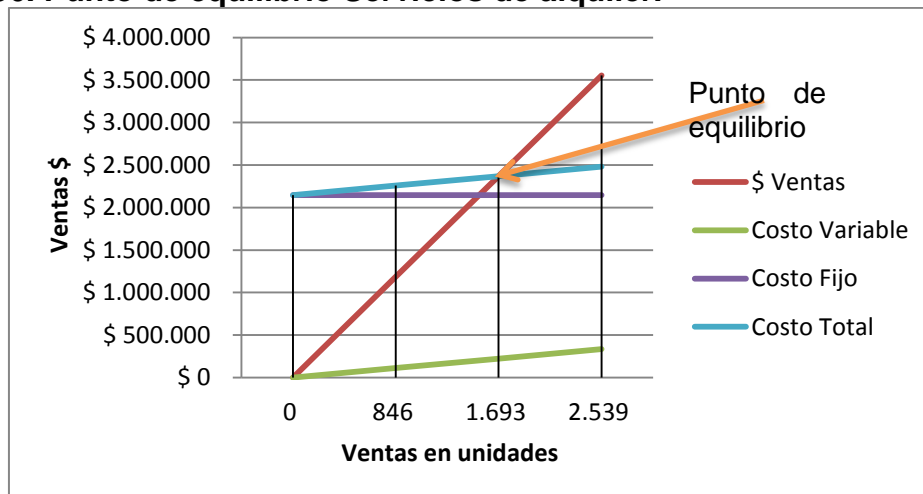
Fuente: Autores del Proyecto

Cuadro 89. Punto de equilibrio Servicios de alquiler.

Q Ventas	0	846	1,693	2,539
\$ Ventas	\$0	\$1,184,872	\$2,369,745	\$3,554,617
Costo Variable	\$0	\$111,581	\$223,161	\$334,742
Costo Fijo	\$2,146,584	\$2,146,584	\$2,146,584	\$2,146,584
Costo Total	\$2,146,584	\$2,258,164	\$2,369,745	\$2,481,326
Beneficio	-\$2,146,584	-\$1,073,292	\$0	\$1,073,292

Fuente: Autores del Proyecto

Figura 36. Punto de equilibrio Servicios de alquiler.



Fuente: Autores del Proyecto

6.2. IMPACTO SOCIAL R.S.E.

Con la creación de una nueva empresa en el municipio de San Alberto, genera empleos directos e indirectos pues se necesita mano de obra para la prestación de los servicios e indirectos puesto que se deberán adquirir los productos de los insumos que se requieren.

Igualmente generará ingresos al municipio por la realización de los pagos de impuestos, licencias de funcionamiento y los impuestos de renta.

Mejorará la calidad de vida de los propietarios ya que desde el primer año de funcionamiento, el proyecto da ganancias y estas se incrementan durante los cinco años de vida útil del mismo.

6.3. IMPACTO AMBIENTAL

6.3.1 Efectos sobre el ambiente natural

❖ **Agua.** Consumo del agua: Se evidencia en el proceso de aseo general del local ya que para la realización del mismo se utilizan detergentes y otras clases de desinfectantes que van a parar a las redes del alcantarillado y posteriormente a los ríos.

Consumo de energía. Se evidencia en todo el proceso diario de las labores de oficina pues se consume energía al conectar los equipos, encender la luz, el aire

❖ **Aire:** Generación de emisiones y partículas por el tránsito de la moto. Por la entrega de domicilios en el alquiler de equipos audiovisuales

❖ **Tierra:** Generación de residuos especiales cartuchos de tintas de impresoras, cd, dvd. En la eliminación de las tintas de la impresora y eliminación de los cd y dvd que se desechen.

Generación de residuos como monitores, CPU, cámaras, videograbadora. En la eliminación de los monitores y de las CPU de la oficina y de los computadores portátiles que se desechen.

❖ **Flora:** Se evidencia en la utilización del papel para la impresión de las fotográficas, y en las labores diarias de la oficina como enviar cartas, entre otras.

6.3.2 Políticas por mitigación del impacto ambiental

❖ Todo generador de residuos sólidos deberá depositarlos de la siguiente manera:

Bolsa color azul: Se depositaran productos reciclables como vidrio, plástico y metal.

Bolsa color gris: Se depositaran productos reciclables como papel, cartón, periódico o similares.

Bolsa color verde: Se depositaran residuos de alimentos tales como cáscaras, restos vegetales, sobras de comida, frutas y residuos de jardinería o materiales similares y aquellos que por sus características no sean aprovechables y sea necesario enviarlos a disposición final.

Bolsa color rojo: Se depositaran los residuos con características peligrosas

❖ Los residuos orgánicos generados en la oficina ser separados en bolsa de colores dispuesta para tal fin y depositados en las respectivas canecas.

Figura 37. Canecas para basuras reciclaje.



Fuente: Autores del Proyecto

❖ Los residuos como cartuchos vacíos de tintas deben ser entregados a administrador el cual realizará su evacuación y disposición final según las normas ambientales vigentes.

- ❖ Antes de salir de la oficina al medio día y en horas de la tarde se deben dejar todos los equipos eléctricos apagados y desconectados igualmente todas las luces.
- ❖ Se deben programar mantenimiento preventivo a todos los equipos de cómputo y de las válvulas y grifos de agua.
- ❖ Cada seis meses se deben realizar campañas que incentiven al ahorro de en el consumo de la energía eléctrica y el agua.

Figura 38. Mensajes Ecológicos como reciclar.



Fuente: Autores del Proyecto

6.3.3 Normatividad ambiental aplicada

❖ Residuos solidos

Ley 9 de 1979. "Ley Sanitaria Nacional (ministerio de Salud). Control de descargas de residuos sólidos y materiales que puedan afectar las condiciones sanitarias del medio ambiente."

Resolución CRA No 233 de 2002. "Por la cual se establece una opción tarifaria para los multiusuarios del servicio de aseo, se señala la manera de efectuar el cobro del servicio ordinario de aseo para inmuebles desocupados y se define la forma de acreditar la desocupación de un inmueble."

Decreto 838 de 2005. "Por el cual se modifica el Decreto 1713 de 2002 sobre disposición final de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones."

Residuos peligrosos. Resolución 2309 de 1986, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial. Por la cual se dictan normas para el manejo de residuos especiales.

❖ **Recursos hídricos**

Ley 373 de 1997 Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua. Resolución 0866 de 2004. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Por la cual se adopta el formulario de información relacionada con el cobro de las tasas por utilización y el estado de los recursos hídricos, a que se refiere el Decreto 155 de 2004 y se adoptan otras disposiciones.

❖ **Suelos**

Decreto 879 de 1998, "Por el cual se reglamentan las disposiciones referentes al ordenamiento del territorio municipal y distrital y a los planes de ordenamiento territorial".

Ley 1021 de 2006. Por la Cual se expide la Ley General Forestal.

❖ **Aire**

Proyecto de Normatividad de Fuentes Móviles. Relacionada con los niveles permisibles de emisión de contaminantes producidos por fuentes móviles terrestres a gasolina o diesel, y se definen los equipos y procedimientos de medición de las emisiones y se adoptan otras disposiciones.

Resolución No. 160 del 14 de junio de 1996 - Reglamentan los niveles permisibles de emisión de contaminantes producidos por las fuentes móviles con motor a gasolina y diesel.

6.4. IMPACTO FINANCIERO

Para realizar la evaluación financiera se tomará como base el resultado del flujo de caja proyectado (ver cuadro 80). Con estos valores se calcularán el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno.

6.4.1. Valor presente neto: Permite evaluar si el proyecto es rentable. Es el resultado de restar la suma de los flujos descontándose a la inversión inicial.

Se estima una tasa de oportunidad del 20%,

Utilizando la herramienta de Excel tenemos el siguiente resultado:

VPN \$171,845,570

El VPN es positivo y mayor que 0 (cero) ascendiendo a un valor de \$171,845,570 mostrando favorabilidad para los inversionista al crear una empresa de servicios en el municipio de San Alberto.

6.4.2. Tasa interna retorno TIR: Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. Sirve para determinar la rentabilidad del proyecto, facilitando la tasa de interés con que se recuperará la inversión.

Utilizando la herramienta de Excel tenemos el siguiente resultado sobre el saldo de caja neto

Cuadro 90. Tasa Interna de Retorno.

SALDO NETO	-						
CAJA	\$37,030,400	\$19,074,083	\$19,887,749	\$24,057,423	\$32,936,784	\$45,764,290	
		TIR	56.37%				

Fuente: Autores del Proyecto

6.4.3. Periodo de recuperación: El periodo en que se recuperará la inversión es de 2 años, 11 meses y 28 días.

Cuadro 91. Tiempo para la recuperar la inversión.

Inversión a recuperar	\$43,799,491
Recuperado año 1	\$15,895,069
Recuperado año 2	\$13,810,937
Por recuperar	\$14,093,485
Recuperado año 3	\$13,922,120
Meses	11.90
Meses	11
Días	0.90
Días	28

Fuente: Autores del Proyecto

6.4.4. Análisis de las razones financieras

6.4.4.1 Razones de liquidez. Las principales razones de liquidez son la razón corriente y el capital de trabajo. (Ver cuadro 91)

❖ **Razón Corriente:** Por cada peso (\$1) que se adeuda, en cada uno de los años de vida útil del proyecto, hay saldo positivo para cubrirlas.

❖ **Capital de trabajo:** El proyecto cuenta con capital de trabajo positivo, en cada uno de los años de vida útil del proyecto, lo que permite cubrir las deudas a corto plazo.

6.4.4.2 Razones endeudamiento: Permiten determinar la capacidad que tiene el proyecto para endeudarse sin comprometer la estabilidad sin adquirir deudas mayores a la capacidad de pago. (Ver cuadro 91)

❖ **Nivel de endeudamiento:** Por cada peso que debe, el proyecto tiene en cada uno de los años de vida útil, más de cincuenta centavos para pagar.

6.4.4.3 Razones de rentabilidad: Estas razones permitirán analizar y evaluar las ganancias del proyecto con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. (Ver cuadro 91)

❖ **Margen bruto de utilidades:** Representaran las utilidades netas que gana la empresa en el valor de cada venta.

La actividad está dejando el 58,58% del margen bruto, faltando por cubrir los gastos de operación.

❖ **Margen de utilidades operacionales:** Representaran las utilidades netas que gana la empresa en el valor de cada venta.

Cubriendo los gastos operaciones les la empresa se estará obteniendo en el primer año el 15,29% pero para el año 5 se duplican a 30,24 aunque se deberá mejorar en el manejo de los gastos.

❖ **Margen neto de utilidades:** Determinará el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.

❖ **Rotación del activo:** Indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas.

Cuadro 92. Razones Financieras.

Razón	Fórmula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razones de liquidez						
Razón Corriente	$= \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} =$	\$5.35	\$6.66	\$7.66	\$8.94	\$10.08
Capital de Trabajo	$= \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}}{\text{Activo Corriente}} =$	\$21,016,084	\$38,868,706	\$60,671,904	\$91,230,257	\$126,818,868
Razones de endeudamiento						
Nivel de Endeudamiento	$= \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} =$	21.66%	15.79%	10.71%	10.37%	9.86%
Razones de Rentabilidad						
Margen Bruto de Ventas	$= \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}} =$	58.98%	58.98%	58.98%	58.98%	58.98%
Margen de utilidades operacionales	$= \frac{\text{UAIL}}{\text{Ventas}} =$	15.29%	19.77%	23.87%	27.36%	30.24%
Margen neto de utilidades	$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} =$	9.22%	11.92%	14.39%	16.50%	18.23%
Rentabilidad neta del activo	$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} =$	15.85%	18.35%	19.56%	18.94%	18.02%

Fuente: Autores del Proyecto

7. CONCLUSIONES

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producciones audiovisuales y laboratorio fotográfico en San Alberto, (cesar)demostró que el proyecto es rentable debido a sus diferentes componentes que demuestran que genera rentabilidad.

En las generalidades se observa que el sector de los servicios en Colombia y el mundo están en constante crecimiento económico.

En el estudio de mercados se lograron definir las especificaciones de los servicios a ofrecer, se identificaron los mercados potenciales y objetivos ya que el 90, 95% de la población objetivo realizan algún tipo de celebraciones en el hogar y que utilizan los servicios fotográficos y con mayor auge se están utilizando los servicios de grabación y edición de videos, se estableció la demanda actual y futura por cada uno de los servicios, de identificó el precio de mercado y la mejor forma de publicidad para dar a conocer la empresa y se determinó la aceptación de una nueva empresa de servicios de producción de medios audiovisuales (grabación y edición de videos), laboratorio fotográfico y servicios de alquiler de equipos audiovisuales.

En el Estudio Técnico se fijaron las capacidades diseñadas, instaladas y proyectadas, estas últimas sirvieron como base para la elaboración de las proyecciones de egresos e ingresos y para las necesidades de recursos humanos, físicos e insumos que se necesitaran para el inicio de las actividades. Se escogió, el mediante el método cuantitativo de puntos por factor, el sitio más apropiado para la Microlocalización del proyecto y se definieron los procedimientos para la prestación de los servicios.

En el estudio administrativo se estableció la forma jurídica de constitución de la empresa igualmente se definió el plan estratégico compuesto por la misión, visión, objetivos estratégicos y políticas empresariales que guiaran a la empresa a posesionarse rápidamente en el mercado. Se estableció la cultura empresarial que girará alrededor del organigrama y las funciones de los cargos que serán necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

El estudio financiero demostró que para la puesta en marcha del proyecto se necesita de una inversión de \$43,799,491 los cuales serán cubiertos el 77% por

aporte de los socios y el 23% mediante un préstamo bancario. Que el proyecto genera rentabilidad al arrojar una TIR del 56.37% un VPN de positivo de \$\$171,845,570 lo cual evidenció que la propuesta es viable y que las razones financieras terminan de demostrar que el proyecto económicamente es viable.

BIBLIOGRAFÍA.

CORDOBA PADILLA MARCIAL, Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición Ecoe Ediciones, 2006

MENDEZ ALVAREZ CARLOS EDUARDO, Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4ª. Edición.

MORALES ARRIETA JUAN ANTONIO, VELANDIA HERRERA NÉSTOR FERNANDO, Salarios, Estrategia y sistema salarial o de compensaciones

Paginas Internet

- ✓ <http://www.geografia.laguia2000.com>
- ✓ <http://www.sanalberto-cesar.gov.co>
- ✓ <http://www.artedinamico.com>
- ✓ <http://www.kalipedia.coml>
- ✓ <http://www.larepublica.com.co>
- ✓ <http://www.actualicese.com.co>

ANEXOS

Anexo A. Ley 1014 del 20/01/2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°. Definiciones

- a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;
- b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- c) Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;
- d) Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;
- e) Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

f) Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clúster productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Artículo 3°. Principios generales. Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;

b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;

c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;

d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 4°. Obligaciones del Estado. Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

CAPITULO II

Marco Institucional

Artículo 5°. Red Nacional para el Emprendimiento. La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.

2. Ministerio de Educación Nacional.

3. Ministerio de la Protección Social.

4. La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.

5. Departamento Nacional de Planeación.

6. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.

7. Programa Presidencial Colombia Joven.

8. Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.

9. Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.

10. Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.

11. Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
12. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
13. Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
14. Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.
15. Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Parágrafo 1°. Los delegados deberán ser permanentes, mediante delegación formal del representante legal de la Institución o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional, podrá una vez se encuentre en funcionamiento y debidamente reglamentada “la Red para el Emprendimiento”, crear una institución de carácter mixto del orden nacional, que en coordinación con las entidades públicas y privadas adscritas, desarrollen plenamente los objetivos y funciones establecidas en los artículos 7° y 8° de esta ley respectivamente.

Artículo 6°. Red Regional para el Emprendimiento. La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.

9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.

10. Un representante de los gremios con presencia en la región.

11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

Parágrafo. Los delegados deberán ser permanentes mediante delegación formal del representante legal de la Institución, o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Artículo 7°. Objeto de las redes para el emprendimiento. Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;

b) Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el em prendimiento;

c) Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;

d) Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;

e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;

f) Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Artículo 8°. Funciones de las Redes para el Emprendimiento. Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

a) Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas "SISEA empresa", el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial;

b) Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;

c) Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red;

- d) Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;
- e) Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;
- f) Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros Invima, sanitarios, entre otros);
- g) Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos;
- h) Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;
- i) Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;
- j) Emitir avales a los planes de negocios que concursan para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

Artículo 9°. Secretaría Técnica. La Secretaría Técnica será el instrumento operativo de las redes de emprendimiento encargada de coordinar todas las acciones de tipo administrativo, y deberá cumplir entre otras con las siguientes funciones:

1. Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento.
2. Presentar informes mensuales a los integrantes de la red sobre las acciones y programas realizados en torno al emprendimiento.
3. Impulsar el desarrollo de las funciones asignadas a la red.
4. Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el Emprendimiento.
5. Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora en la región.
6. Las demás asignadas por la red.

Parágrafo. La Secretaría Técnica de cada red se encargará de su propia financiación, organización e instrumentación de sus respectivas sedes.

Artículo 10. Mesas de trabajo de la red de emprendimiento. Las mesas de trabajo son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.

Artículo 11. Objeto de las mesas de trabajo. Las mesas de trabajo conformadas por las redes de emprendimiento tendrán el siguiente objeto:

1. Sensibilización: Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado, orientado a motivar a la gente para que se involucre en el emprendimiento. Lograr masificación del mensaje con una utilización más eficiente de los recursos.
2. Formación: Unificar criterios de formación. Formar Formadores. Extender la Formación a colegios públicos y privados.
3. Preincubación: (Planes de Negocio): Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocios orientado a simplificar procesos en la región y adecuarlos a la toma de decisiones de inversionistas y del sector financiero.
4. Financiación: Impulsar y recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región, permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresas del sector real. Además deben proponer nuevos mecanismos viables de estructuración financiera (capital semilla, capital de riesgo, préstamos, financiación e inversionistas) a nivel nacional e internacional.
5. Creación de Empresas: La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su autosostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.
6. Capacitación Empresarial y Sostenibilidad: Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.
7. Sistemas de Información: Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de

emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los programas de formación de emprendedores.

Parágrafo. Las redes, podrán de acuerdo con su dinámica de trabajo establecer parámetros distintos en cada región e implementar nuevas mesas de trabajo de acuerdo con sus necesidades.

CAPITULO III

Fomento de la cultura del emprendimiento

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;
- c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;
- d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 13. Enseñanza obligatoria. En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.
3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades

emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.

4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia.

Parágrafo. Para cumplir con lo establecido en este artículo, las entidades educativas de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 General de Educación.

Artículo 14. Sistema de información y orientación profesional. El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Icfes, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias, y el sector productivo, establecerá en un plazo máximo de (1) un año, un Sistema de Información y Orientación Profesional, Ocupacional e investigativa, que contribuya a la racionalización en la formación del recurso humano, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional.

Artículo 15. Formación de formadores. El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, coordinará a través de las redes para el Emprendimiento y del Fondo Emprender y sus entidades adscritas, planes y programas para la formación de formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 16. Opción para trabajo de grado. Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Artículo 17. Voluntariado Empresarial. Las Cámaras de Comercio y los gremios empresariales podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores y realicen acompañamiento en procesos de creación de empresas.

Artículo 18. Actividades de Promoción. Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades:

1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.
2. Macrorrueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.
3. Macrorruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.
4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures).
5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.
6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de empresas: Apoyo financiero para el desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, incubadoras de empresas y ONG.

Parágrafo. Recursos El Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las Areas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras.

Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo.

Artículo 19. Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento. Quienes se vinculen con proyectos de emprendimiento a través de la red nacional o regional de emprendimiento, tendrán como incentivo la prelación para acceder a programas presenciales y virtuales de formación ocupacional impartidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, a acceso preferencial a las herramientas que brinda el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la dirección de promoción y cultura empresarial, como el programa emprendedores Colombia.

De igual manera podrá acceder de manera preferencial a los servicios y recursos manejados a través de las entidades integrantes de las redes.

Artículo 20. Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la Empresarialidad desde

temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitaran al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes.

Artículo 21. Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública. La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, deberá conceder espacios en la televisión pública para que se transmitan programas que fomenten la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 22. Constitución nuevas empresas. Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.

Parágrafo. En todo caso, cuando se trate de Sociedades en Comandita se observará e requisito de pluralidad previsto en el artículo 323 del Código de Comercio.

Artículo 23. Reglamentación. Se exhorta al Gobierno Nacional para que a través de los Ministerios respectivos, reglamente todo lo concerniente al funcionamiento de las redes para el Emprendimiento, durante los tres (3) meses siguientes a la sanción de esta ley.

Artículo 24. Vigencia. La presente ley entrará a regir a partir de su promulgación.

La Ley del Emprendimiento se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

Anexo B. Formato del modelo de la Encuesta aplicada.

ENCUESTA DEMANDA

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar información sobre la demanda de servicios audiovisuales y de fotografía en el municipio de San Alberto,

Nombre: _____ Estrato _____ Fecha: _____

1. ¿Acostumbran a celebrar las fechas especiales en su núcleo familiar?

a. Si _____

b. No _____

Si la respuesta es no favor terminar la encuesta.

2. ¿Cuántas veces al año realiza estas celebraciones?

a. Entre 5 a 10 veces _____

b. Entre 10 a 15 veces _____

c. Entre 15 a 20 Veces _____

3. ¿Cuál de los siguientes servicios utiliza cuando realiza en las celebraciones?

a. Servicios Fotográficos _____

b. Servicios Grabación de Videos _____

c. Ambos servicios _____

d. Ninguno de los servicios _____

4. ¿Quién le prestó el servicio la última vez que lo necesito?

a. Empresa de la región _____ ¿Cuál? _____

b. Fotógrafos de la Región _____ ¿Quién? _____

c. Otro _____

5. ¿Cuáles fueron los motivos que los llevo a adquirir estos servicios?

a. Por precio bajo _____

b. Calidad del servicio _____

c. Tiempo de entrega del servicio _____

6. ¿Cómo califica el servicio que le prestaron?

a. Excelente _____

b. Bueno _____

c. Regular _____

d. Malo _____

7. ¿Cuál ha sido en promedio, la cantidad de Grabación y edición de videos que ha necesitado anualmente?
Cantidad: _____
8. ¿Cuánto pago por el último servicio de Grabación y edición de videos prestados?
Precio:\$ _____
9. ¿Cuál ha sido en promedio, la cantidad servicios fotográficos que ha necesitado anualmente?
Cantidad: _____
10. ¿Cuánto pago por el último servicio fotográfico prestado?
Precio:\$ _____
11. ¿Cuál ha sido en promedio, la cantidad de horas que ha necesitado del servicio de alquiler de equipos audiovisuales anualmente?
Cantidad: _____
12. ¿Cuánto pagó por la última hora del servicio de alquiler prestado?
Precio:\$ _____
13. ¿Conoce usted una empresa que preste los servicios fotográficos, de grabación y edición de videos y alquiler de equipos?
a. Si ____ ¿Cuál? _____
b. No ____
14. Si existiera una empresa que ofreciera estos servicios usted ¿los utilizaría?
a. Definitivamente SI ____
b. Probablemente SI ____
c. Definitivamente NO ____ ¿Por qué? _____

Anexo C. Formato del modelo de la Encuesta aplicada a la Oferta.

Nombre: _____

1. ¿Qué clase de servicio presta?
2. ¿Cuánto hace presta el servicio?
3. Forma de constitución de la empresa o negocio
4. ¿Cuántos empleados tiene?
5. ¿Con que clase de servicio se especializa o es reconocido municipalmente?
6. ¿Cuál es en promedio la cantidad de servicio prestado por anualmente los servicios de grabación y edición de videos?
7. ¿Cuál es el precio que cobra por unidad?
8. ¿Cuál es en promedio, la cantidad de servicio prestado por anualmente los servicios fotográficos?
9. ¿Cuál es el precio que cobra por unidad?
10. ¿Cuál es en promedio, la cantidad de horas prestadas anualmente por los servicios de alquiler de equipos audiovisuales?
11. ¿Cuál es el precio que cobra por hora?
12. ¿Cuál es el tiempo de entrega de los servicios prestados?
13. Si existiera un laboratorio fotográfico en San Alberto ¿lo utilizaría?
Si _____ NO _____ ¿Por qué? _____

Anexo C. Croquis de la macrolocalización. Municipio de San Alberto, Cesar.

