

DOCESBEL SAS

COSTOS Y PRECIO DE VENTA

Trabajo de Grado para obtener el título de Tecnólogo en Costos y Auditoría

JESSICA CESPEDES CESPEDES 285122

JENNY BELTRAN VELASCO 288581

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TECNOLOGÍA EN COSTOS Y AUDITORIA

Bogotá, Noviembre De 2015

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecemos a Dios por habernos permitido llegar hasta esta etapa de nuestras vidas, a nuestros padres y familiares por el apoyo que nos brindaron día a día en este proceso que estamos por culminar, a mi compañera de tesis por el apoyo, dedicación y esfuerzo durante todo este tiempo.

También queremos agradecer a la Universidad por permitir que sus docentes nos brindaran todo su conocimiento para poder llevar a cabo este proceso de aprendizaje y también a nuestro tutor de proyecto Julio Chamorro por su ayuda con todo lo relacionado al trabajo de grado.

DEDICATORIA

Jenny

Este logro ha sido posible gracias a la colaboración y el apoyo de muchas personas que aportaron un granito de arena para poder culminar un logro más para mi carrera, sin ellos esto no hubiera sido posible, me llevo grandes triunfos y satisfacciones. Su presencia ha sido un gran aporte en esta etapa que culmina, estos recuerdos perduraran en mi como un gran aporte en mi vida profesional.

Dedico este trabajo de grado a mis padres Carlos y Cecilia por ser el apoyo que obtuve en este proceso que finaliza, a mis hermanos Carlos y Jhon y a mi amiga y compañera de tesis Jessica, que espero siempre estén en mi camino y en todos los momentos de mi vida.

Jessica

Todos los momentos por los que he pasado para llegar a la culminación de esta etapa, ha sido respaldado por muchas personas que han apoyado todas las decisiones y situaciones que he tenido que afrontar. Me han brindado todo su apoyo y esfuerzo para que todo lo que tengo planeado termine satisfactoriamente.

Es por esto, que en agradecimiento a todos los actos de estas personas quiero dedicar este trabajo de grado a mis padres Gloria y William por haberme acompañado en cada

paso de este proceso y por nunca haber dejado de creer en mí; a mis amigos que siempre apoyaron todos los momentos que tuvimos que afrontar juntos, en especial a Jenny, con la que viví todas las etapas de este proceso y que siempre estuvieron ahí para apoyar todos los momentos por los que pasamos.

Contenido

INTRODUCCIÓN	8
TEMA:	10
OBJETIVO GENERAL	11
OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
JUSTIFICACIÓN.....	12
MARCO CONCEPTUAL.....	14
CONTABILIDAD.....	14
COSTOS.....	14
COSTOS DIRECTO	15
COSTO INDIRECTO	15
SISTEMA DE COSTOS POR ORDENES DE PRODUCCION.....	15
.ELEMENTOS DEL COSTO	16
Métodos Asignación de los Costos Indirectos de Fabricación.....	18
<i>Zapata Sánchez Pedro. (2007)</i>	18
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
ANTECEDENTES Y CONTEXTO	22
MISION.....	25
VISIÓN	25
VALORES HUMANOS	25
POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	26
Distribución de la Nómina	26
Contabilización de los CIF.....	26
Producción.....	26
Venta	26
Planes estratégicos.....	27
Políticas de contratación.....	27
Políticas de presupuesto	27

Políticas de endeudamiento.....	28
Políticas de financiamiento	28
METODOLOGÍA	29
ETAPAS.....	29
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	31
MANUALES DE FUNCION.....	32
DENOMINACION DEL CARGO: DISEÑADOR DE PÁGINAS WEB.....	32
DENOMINACION DEL CARGO: PROGRAMADOR DE PÁGINAS WEB.....	34
DENOMINACION DEL CARGO: ASESOR COMERCIAL.....	35
DENOMINACION DEL CARGO: CONTADOR PÚBLICO	36
DENOMINACION DEL CARGO: SECRETARIA GENERAL/ ASISTENTE ADMINISTRATIVO	38
DENOMINACION DEL CARGO: GERENTE GENERAL.....	40
MATRIZ DOFA.....	42
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	43
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	45
COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES.....	47
COSTOS DE MANO DE OBRA.....	48
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	56
PROYECCION DE COSTOS.....	57
HOJA DE COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN	58
PRECIO DE VENTA.....	59
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA.....	62
COTIZACIONES.....	63

TABLA FIGURAS

Figura 1- Organigrama estructural.....31

Figura 2- Costo hora hombre.....48

Figura 3- Papelería.....63

Figura 4- Publicidad.....64

Figura 5- Publicidad.....65

Figura 6- Publicidad.....66

Figura 7- Publicidad.....67

Figura 8- Papelería.....68

Figura 9- Arriendos.....69

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como fin, realizar un Sistema de Costos por Órdenes de Producción de la empresa Docesbel SAS; empresa dedicada a brindar herramientas virtuales con las que se puede interactuar constantemente. Se enfoca en microempresarios que inician su vida en el mercado, pensando que dichas organizaciones cuente con un mayor reconocimiento y puedan tener beneficios a la hora de presentar sus bienes y/o servicios al público.

Brindar estas herramientas virtuales tiene como fin, aumentar la demanda de los bienes y/o servicios producidos por los microempresarios mediante el reconocimiento que el servicio les ofrece y el manejo de material útil al que pueden recurrir.

Docesbel SAS surge de un análisis realizado a los microempresarios de zonas cercanas de Engativa, que después de un proceso de observación e interpretación de las necesidades que ellos presentan, se obtiene información importante que es útil para el correcto manejo de la prestación del servicio que se está dispuesto a brindar, nos ubica en un contexto general y nos guía por el camino a seguir y la forma en la que se debe manejar.

Para llevar a cabo el sistema de costos; se recurrió primero a los conceptos teóricos que sustentan los procesos que se llevaron a cabo en la ejecución del proyecto. Después de haber obtenido esto, se planteó realmente cual era la situación de la

DOCESBEL SAS

empresa ubicándonos en un contexto general que permitiera conocer más acerca de cómo se manejaría en el mercado que se estableció.

También se estableció la misión, visión, objetivos, valores, políticas, organigrama estructural, ya que estos también son aspectos que llevan al correcto funcionamiento de la organización. Y además se realizó el análisis DOFA (Debilidades/ Oportunidades/ Fortalezas/ Amenazas) que también pueden afectar el manejo de los costos.

Después de llevar a cabo todo lo anterior, se planteó el sistema de costos por órdenes de producción para la empresa Docesbel SAS, teniendo en cuenta los elementos del costo que se aplican allí.

TEMA:

Cuando un microempresario inicia su vida en el mercado se enfrenta a varios problemas, entre ellos a la falta de reconocimiento frente a su competencia. Es por esta razón que es de vital importancia que existan agencias publicitarias o eventos que brinden reconocimiento a la organización; lo que lleva a que el tema sea muy llamativo para los microempresarios.

En la actualidad cada vez más personas tienen al alcance de sus manos la “internet”, por tal motivo al pasar de los días es más común que este servicio se haga presente en dichos establecimientos.

Existen varias organizaciones que se dedican a la prestación del servicio de herramientas virtuales (Publicidad Web), pero manejan empresas en general; punto que nos hace diferentes, ya que nuestros clientes potenciales siempre serán los “nuevos” microempresarios, y la prestación del servicio se vuelve más personalizada. La información de todas estas agencias se encuentra en internet como claramente se presentará, ya que este es el servicio que se ofrece.

Lograr que la prestación del servicio ayude a los microempresarios con el aumento de la demanda de sus productos y/o servicios, posicionara la agencia y le darán más confiabilidad frente a los clientes potenciales, nos brindara la experiencia necesaria para poder manejar más áreas sin deteriorar la calidad del servicio.

OBJETIVO GENERAL

- Estimar los costos en los que incurre una empresa dedicada a la aplicación de las herramientas virtuales (Páginas web) en las nuevas microempresas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Identificar las características en general que presenta el servicio.
2. Identificar los procesos que presenta la empresa.
3. Identificar los elementos del costo en cada uno de los procesos de la empresa.
4. Proponer el sistema de costos de una empresa como Docesbel SAS.

JUSTIFICACIÓN

La idea de implementar el sistema de reconocimiento virtual en las microempresas que empiezan su vida en el mercado, surge de la falta de conocimiento o credibilidad que los microempresarios le tienen a este tipo de servicios que brinda la organización. Continuando con lo anterior, decimos que las nuevas microempresas no cuentan con esta credibilidad por un lado a causa de que la misma sociedad genera temor con la implementación de estos sistemas, que como único propósito es ayudar a que las microempresas sean reconocidas vía web; ya que en muchos casos ha generado la insatisfacción del cliente o termina siendo un fraude todo lo que se ofrece.

Es por esta razón que es de vital importancia que el servicio que se ofrece, cuente con todas las medidas preventivas y se presente ante el cliente con el convencimiento que las bases de la investigación y compromiso de los profesionales nos brindan.

En consecuencia a lo anterior, se piensa implementar unas actualizaciones oportunas para brindar una buena información del sistema y capacitaciones que muestren el avance de las herramientas y las innovaciones que se le hagan al sistema, el cual tendrá diferentes opciones de búsqueda, de información y paneles que le ayudaran a tener unas estadísticas de visitas en su página web.

El cliente podrá utilizar su producto de una manera cómoda y fácil, con esto obtendrá más confianza y mejor conocimiento del producto que está adquiriendo; se le ofrecerán

diferentes promociones para que tenga un mayor beneficio en los productos que ofrecemos y actualizaciones nuevas que salgan del sistema.

Las microempresas a las que se les ofrecerá el servicio se encuentran en la zona de Engativá, el cual cuenta con un 14% de empresas nuevas con respecto al año anterior (Rolando Lozano, 2014); y el servicio se presentara en diferentes medios (volantes, cuñas en la radio, lanzamientos publicitarios vía web, entre otras), lo que permitirá que conozcan nuestros servicios, y generar más demanda para poder cumplir el objetivo en nosotros mismos y ser más competitivos frente a las demás empresas.

Dado esto, se espera que el sistema sea reconocido en diferentes sectores de Bogotá y a nivel nacional así mismo tener un crecimiento económico que nos de beneficios popo a poco, ya que nuestro punto fuerte será que ofrecemos confianza para implementarlo y llevar un seguimiento desde el momento de la compra hasta el final de las capacitaciones, así el cliente podrá llevar un proceso de evolución de la herramienta y su utilización completa y adecuada.

MARCO CONCEPTUAL

El marco teórico nos enseña algunos conceptos relevantes necesarios para el entendimiento del desarrollo de este proyecto.

Primero partiremos con la definición de Contabilidad con el fin de contextualizar la temática del proyecto; posteriormente se definirán los costos y todo lo relacionado a ellos, sus clases, elementos, entre otros.

Por último se definirá el método de asignación con el cual se baso el proyecto, con el fin de comprender la forma en la que se llevo a cabo el sistema de cotos planteado en él.

CONTABILIDAD

“Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable.” *Valdivieso (2004)*

COSTOS

El costo o coste es el valor económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). *Theodore Lang (1958)*

COSTOS DIRECTO

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, como por ejemplo, los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto, o los gastos de publicidad efectuados directamente para promocionar los productos en un territorio particular de ventas. *Theodore Lang (1958)*

COSTO INDIRECTO

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario, normalmente, recurrir a algún tipo de mecanismo de asignación, distribución o reparto. Los costos comunes a varios productos, o costos conjuntos, reciben también el tratamiento de costos indirectos. *Theodore Lang (1958). Theodore Lang (1958)*

SISTEMA DE COSTOS POR ORDENES DE PRODUCCION

El sistema de costos por órdenes se utiliza para recolectar los costos por cada orden o lote, que son claramente identificables mediante los centros productivos de una empresa. En el sistema de costos por órdenes, los costos que intervienen son: materia prima aplicable, mano de obra directa y cargos indirectos, los cuales se acumulan en una orden de trabajo. *Garcia Colin Juan (1972).*

.ELEMENTOS DEL COSTO

Los costos se dividen en tres elementos:

Materia prima

Se refiere a los materiales que intervienen directamente en la elaboración de un producto. *Castro L. Enrique (2004)*

Mano de obra

En la mano de obra directa los valores que se cargan a cada departamento se determinan por las ganancias brutas de los empleados asignados a cada departamento. El costeo por procesos reduce el volumen de trabajo requerido para asignar los costos de la mano de obra.” Es decir, en el costeo por procesos, el salario bruto se carga a cada departamento productivo, mientras que en el costeo por órdenes de producción, el salario bruto se distribuye entre todas las órdenes de trabajo que se elabora. *Castro L. Enrique (2004)*

Mano de Obra Directa

Es aquella fuerza laboral que se involucra de forma directa en la elaboración de un producto o servicio terminado; el empleado es asignado a tareas permanentes dentro de un centro de costo, es decir es el costo más importante de controlar y medir. Ejemplo: Operadores de máquinas, agricultores y peones en los campos productivos. *Castro L. Enrique (2004)*

Mano de Obra Indirecta

Es aquella fuerza laboral que no se involucra directamente en la elaboración de un producto o servicio terminado; el empleado es asignado a funciones generales por lo que se vincula al área administrativa, logística o comercial. Ejemplo: Supervisores, directores técnicos, dibujantes, oficinistas, jefes de planta, laboratorista, etc. *Castro L. Enrique (2004)*

Pago de la Mano de Obra

Para realizar el pago de la mano de obra se realiza de la siguiente manera:

FECHA	DETALLE	DEBITO	CREDITO
	PAGO MANO OBRA DIRECTA	XXX	
	BANCOS		XXX

Cif/ costos indirectos de fabricación/ carga fabril

“Los costos indirectos de fabricación comprende, los bienes naturales, semielaborados o elaborados, de carácter complementario, así como servicios personales, públicos y generales y otros insumos indispensables para la determinación del producto final o un lote de bienes o servicios.” *Castro L. Enrique (2004)*

Pago de la Mano de Obra

Para realizar el pago de la mano de obra se realiza de la siguiente manera:

FECHA	DETALLE	DEBITO	CREDITO
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	XXX	
	BANCOS		XXX

Castro L. Enrique (2004)

Métodos Asignación de los Costos Indirectos de Fabricación

De acuerdo a las Unidades Producidas:

Este método es utilizado por las empresas que fabrican un solo producto o si los varios productos que realizan son relativamente homogéneos en cuanto a las características y el tiempo de manufactura, por lo que el nivel de producción se expresa en número de unidades de producto. Se determina por medio de la siguiente fórmula.

$$\text{Cuota de Distribución} = \frac{\text{Costos Indirectos de Fabricación}}{\text{Número de Unidades Producidas}}$$

Zapata Sánchez Pedro. (2007)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este proyecto pretende estimar los costos de empresas dedicadas a prestar servicios de creación de páginas web. El fin de este tipo de empresas es aportar reconocimiento por medio de internet a los microempresarios que empiezan su vida en el mercado, ya que según un estudio realizado por la revista Dinero, la Camara de Comercio de Bogotá dice que la capital de Colombia es el “motor económico” del país, por su tamaño y diferentes actividades productivas

Durante el primer semestre del 2014 se crearon 21.705 empresas en Bogotá, mencionándose un incremento del 53% con respecto al año anterior, y de estas nuevas empresas el 98% corresponde a microempresas. (Revista Dinero,2015)

Por otro lado, dice que los nuevos microempresarios se encuentran ubicados, principalmente, en las localidades de Suba con un (19%) y de Engativa con un (14%), razón por la cual la localidad escogida se vuelva más atractiva para la prestación de este servicio. (Revista Dinero, 2015)

El alto crecimiento de nuevas microempresas en Bogotá según la Camara de Comercio nos evidencia que son cada vez más las personas que tienen la necesidad de recurrir a diferentes fuentes que le den reconocimiento a su organización y así poder ser más competitivos frente a las demás empresas que se encuentran en la zona y son su competencia directa.

Sin embargo estos microempresarios no tienen el conocimiento de la existencia de empresas como esta, que se encargan de dar a conocer su organización por medio de la web; y este desconocimiento o falta de confianza en el método que manejan este tipo de empresas, impide que estas organizaciones aprovechen recursos que son útiles para el inicio de sus empresas.

Tras una investigación general a microempresarios en la localidad de Engativa, se evidencia que en la mayoría de los casos ellos no distinguen estos tipos de reconocimientos por web o no creen en los logros que se pueden alcanzar con la instauración del mismo, por malas referencias o problemas en las relaciones con entidades que no presentaban el servicio de la manera correcta o no llevaban a cabo todo lo que se le prometía al consumidor.

Por tal razón, lograr que las personas reconozcan la utilidad y los beneficios que traen estas páginas y creen una confianza en el servicio, es la base para empezar a implantarlas y darnos a conocer principalmente en la zona y después empezar a crecer como organización.

Lograr alcanzar los beneficios que se proponen se hace teniendo claras las bases de investigación, conociendo el mercado que se va a manejar y las posibles necesidades que los clientes pueden llegar a presentar; también contando con las personas indicadas, que tengan las capacidades necesarias para llevar a cabo todo lo necesario que se va a dar al transcurrir de la prestación del servicio.

Otro punto importante es la seguridad con que se debe ofrecer el servicio, ya que así, las personas van a ver el conocimiento y las capacidades que se tienen para solucionar todas las necesidades que ellos requieran en el transcurrir del tiempo y van a tener más confianza para tomar la decisión de “arriesgarse” con un método que es totalmente desconocido para ellos o que no ha dado los resultados esperados según experiencias o casos anteriores que han presenciado.

Se evidencia que los problemas más comunes que se pueden llegar a presentar en la implementación del sistema son la preocupación por el manejo de estas páginas, la falta de interés por ejecutar nuevos métodos, y la falta de tiempo para utilizar las herramientas virtuales que la web nos ofrece, que siendo usada de la manera correcta, traería muchos beneficios a las organizaciones.

Para concluir, es lamentable que la mala reputación de entidades que brindan servicios similares a los que se quieren manejar, se conviertan en un fraude y hagan que las organizaciones que realmente desean ofrecer un servicio de calidad que cubra el mayor porcentaje posible de las necesidades que los clientes presentan tengan dificultades para que las personas vuelvan a tener credibilidad en estos servicios y abran una nueva oportunidad al reconocimiento virtual que puede traer muchos beneficios en varios sentidos a las microempresas.

ANTECEDENTES Y CONTEXTO

Para ubicarnos en el contexto de la publicidad vía web, nos remontamos al año 1993, fecha en la cual se vende el primer anuncio publicitario por internet, y al año siguiente, AT&T compra el primer banner de las páginas web. (Juan Antonio Marín, 2013)

Se dice que en 1995, el internet contaba con 16 millones de usuarios, pero a finales del 2002 el número de usuarios de internet incrementa a 558 millones de usuarios, no siendo este el punto máximo, ya que en el 2012 este número llegó a ser de 1.2 mil millones de usuarios los que recurrían al internet. Razón por la cual se volvió un medio muy llamativo para la oferta de bienes y/o servicios de las empresas.

En la actualidad, [Yahoo](#) y [Google](#) poseen un sistema automatizado de publicidad en Internet, y también manejan los anuncios de textos, que son un pequeño recuadro con un título del producto o empresa, un texto corto de descripción, y la dirección web con enlace a la página. *Ivan Thompson (2006)*

Lograr que se dé la publicidad web, consiste en el aumento de usuarios que visitan la página, y cada clic genera un nuevo usuario.

También decimos que el internet está creciendo de tal manera que si se sigue presentando la publicidad de esta manera; el futuro del país será obtener la “segunda torta publicitaria” más grande en los últimos tres años, según lo dice Laura Camacho, Gerente general de Google en Colombia, quien también menciona que Google tiene como reto estimular la presencia de pequeñas empresas (Pymes) en la red.

La situación actual de la publicidad online crece increíblemente; se dice que se vende un aproximado de 1.200 millones de dólares y que el crecimiento está entre en 5 y 6 por ciento.

Hoy en día, el mercado colombiano supero a Argentina en términos de PIB, y por eso se convierte en el segundo mercado después de México, porque es el segundo país con mayor población y tiene el tercer tamaño en términos de publicidad vía web.

Colombia tiene el promedio de búsqueda más alto de América Latina, por lo menos 9 de cada 10 colombianos entran constantemente buscando ofertas en las publicidades online; y 4 de cada 10 lo hacen desde sus dispositivos móviles y el 35% de los mismos termina efectuando una compra en línea. *Laura Camacho (2014)*

En Colombia hay gran oportunidad ya que somos muy buenos para consumir pero poco arriesgados para poder ejecutar este servicio como una forma confiable y definitiva de dar reconocimiento a las empresas.

Existen unos requisitos para tener un sitio web:

- **Un Nombre en Internet**

El primer paso es tener un dominio. Esto es tu nombre en Internet y comienza con www.; este uso de dominio o licencia, se contrata anualmente a las autoridades que rigen el internet a nivel mundial.

Las terminaciones disponibles de dominios son “.com”, “.net”, “.org,” “.com.mx”, entre otras. Este tiene en promedio un costos de 39.000 COP anuales.

- **Diseño gráfico y web del sitio**

En esta parte, se mencionan los logotipos, fotografías, imágenes, programación y demás parte no visible al usuario.

- **Hospedaje del sitio**

Aquí se maneja la transmisión del sitio en internet desde un servidor en el que se trabaja las publicaciones dirigidas a los usuarios de una manera constante.

Allen Bethea, Demand Media| Traducido por Adrian Aguado Galindo (23 Enero 2007)

MISION

Docesbel SAS, es una compañía que brinda herramientas virtuales a microempresarios que incursionan en el mercado, con el fin de satisfacer sus necesidades, brindando reconocimiento y a costos razonables. Cuenta con un grupo de profesionales confiables quienes ponen todos sus esfuerzos para la correcta ejecución de la labor. Todo esto pensando en llegar a un buen posicionamiento en el mercado.

VISION

En los próximos 5 años, la empresa estará mejor posicionada en el sector, y esto se logrará pensando en la satisfacción de los microempresarios y garantizando un servicio con calidad. Por tal razón, en este lapso de tiempo se requerirá de personal calificado que atienda todas las necesidades que los clientes presentan.

VALORES HUMANOS

El personal que hace parte de la organización debe tener un gran sentido de solidaridad que busque el bien común de la organización y sus clientes mediante la prestación de un servicio de alta calidad; son personas comprometidas y leales que atienden con responsabilidad las necesidades de los clientes, bajo las excelentes políticas que comprende la organización.

Son personas honestas e integra que llevan al cumplimiento de todas las expectativas de los clientes, por lo que terminan siendo confiables lo que también genera una estabilidad en el mercado.

POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

Distribución de la Nómina

- Se cancelaran los salarios establecidos con el subordinado, y en caso de llegar a necesitar horas extras este valor será calculado debidamente y se le reconocerá al empleado.
- La persona encargada de calcular la nómina, deberá enviar los datos al gerente y a las personas correspondientes para llevar un informe de costos actualizado.

Contabilización de los CIF

- Los costos del período, se contabilizan normalmente, teniendo en cuenta la mano de obra directa e indirecta, costos fijos y variables, y cualquier otro gasto en el que sea necesario incurrir durante el periodo.

Producción

- Realizar la respectiva liquidación de la hoja de costos determinando así el costo de venta del servicio.

Venta

- Emitir la factura al cliente de acuerdo a la cotización generada después del análisis de los costos.

Planes estratégicos

- Los planes estratégicos están serán formulados por las áreas funcionales de la empresa y están sujetos a la aprobación de la respectiva gerencia.
- La utilidad que se espera por la prestación de cada servicio es al menos de un 30% sobre el costo unitario del mismo.

Políticas de contratación

- La persona a contratar debe cumplir con el perfil de cargo establecido para la vacante demostrando la calidad de formación y su buena ética.
- Existirá un tiempo de prueba donde se evaluarán todas las habilidades que el cargo requiere.
- El trabajador debe guardar absoluta discreción con la información confidencial.
- El aspirante no debe tener antecedentes judiciales y penales.
- Los datos y referencias que proporcionen los trabajadores serán verificados por la empresa.
- Toda persona contratada deberá firmar un contrato de trabajo.

Políticas de presupuesto

- La gerencia general, presentara al inicio del año, un informe de presupuesto en donde se incluyen los gastos en los que incurrirá en lo corrido del año para el logro de sus objetivos.

Políticas de endeudamiento

- Cuando la empresa necesite tener un apalancamiento financiero, no podrá exceder más del 40% del patrimonio de los socios o accionistas.

Políticas de financiamiento

- Financiamiento a clientes: en cuanto a la financiación de servicios, se debe realizar un estudio previo del cliente en cuanto a: toma de referencias personales y comerciales, capacidad de pago; y de acuerdo a esto, los plazos de pago se ajustaran a decisión de gerencia general.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del proyecto se tomaron datos reales en cuanto a mano de obra y costos indirectos que se pudieran presentar en el periodo establecido.

El sistema de costo por órdenes de producción se estableció teniendo en cuenta las características de la empresa Docesbel SAS para así poder llegar a obtener datos más reales y acertados a los que se verá en el transcurrir del funcionamiento de la organización.

ETAPAS

1. Para establecer las características en general del servicio se visitaron varias páginas web y se identificó lo que todas las páginas web llevan en común y los servicios que según lo analizado serán evidentes y de vital importancia en el cumplimiento de la labor. También se consultaron programadores de diseñadores web para que nos brindaran un conocimiento de las características mínimas que debe tener el servicio.
2. Para poder establecer los procesos de la organización se partió de la situación de una venta frente a un cliente y se toma como referencia las etapas que tiene el servicio para llegar al final de la ejecución. Para llegar a la conclusión de esta etapa tuvimos que contar con la asesoría de un diseñador web, quien nos indicó las posibles situaciones que se pueden presentar en dichos momentos.

3. Se identificaron los costos fijos y los variables que presentaría la empresa normalmente y se hizo una proyección a un año para establecer como sería la situación de la empresa. Todos los datos que se encuentran aquí surgen de cotizaciones hechas por diferentes medios. Para ello se elaboró una lista de los costos en los que normalmente se incurre, se cotizaron cada uno de los costos establecidos y se registraron en una base de datos, después de esto se llevó cada dato a una tabla que resume los costos totales de cada elemento del costo (Mano de obra y CIF).

Después de haber distribuido todos los costos, se procede a resumir todos estos datos en una hoja de costos por orden de producción para hallar el valor unitario del servicio. Establecido el valor del servicio, se procede a calcular el precio de venta, tomando el valor unitario y sumándole el porcentaje de la utilidad establecida en las políticas de la empresa. Para visualizar la situación de la empresa, se toman los costos fijos y variables y se proyectan estos valores según un IPC del 6% para los siguientes 5 años.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Este organigrama estructural comprende desde los gerentes generales hasta cada uno de los subordinados que intervienen en la organización. Este diseño ayuda a la empresa a determinar los rangos de autoridad, para poder establecer las diferentes tareas de carácter organizacional.

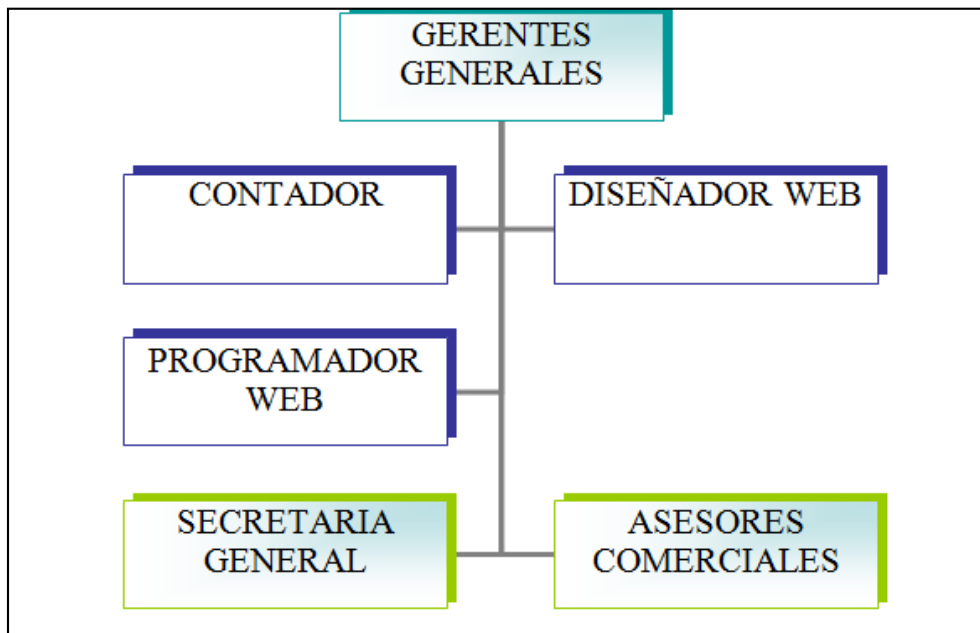


Figura 1- Organigrama Estructural

Este organigrama nos muestra la estructura que tiene la empresa Docesbel SAS y su orden jerárquico.

MANUALES DE FUNCION

DENOMINACION DEL CARGO: DISEÑADOR DE PÁGINAS WEB

Perfil profesional

Se encarga de diseñar páginas web en diversos formatos, con sus componentes de textos, imágenes, gráficos, animaciones, vídeo e hipervínculos, utilizando programas de diseño y específicos, disponiendo la información de una forma atractiva, útil, actualizada y organizada para los usuarios.

Objetivos

Cumplir con los objetivos que el cliente pretende mediante la creación de la página web. Estableciendo que tipo de funcionalidades debe tener la página. Definiendo con el cliente los contenidos que debe alojar la página web. Evaluando los objetivos estratégicos y de promoción, los costes de la página y coordinando con el Responsable la elaboración de un presupuesto.

Funciones

- Analizar las expectativas o requerimientos del cliente que solicita la creación de la página web.

- Gestionar el diseño creativo de las funcionalidades y contenidos de la página web.
- Gestionar el mantenimiento de la página web.
- Colaborar en la promoción de la página web.

DENOMINACION DEL CARGO: PROGRAMADOR DE PÁGINAS WEB

Perfil profesional

Persona capaz de desarrollar y poner en marcha aplicaciones web, así como administrar y actualizar las ya creadas en continua coordinación y cooperación con el Diseñador de Páginas Web y el cliente, gestionando y resolviendo las incidencias que puedan surgir.

Objetivos

Determinar el hardware que se va a utilizar para la prestación del servicio y establecer cuál es el servidor y el lenguaje de programación. Después de esto evaluar los costos del proyecto y coordinar con el Diseñador web y el responsable de los presupuestos la presentación de la cotización

Funciones

- Analizar los requerimientos técnicos del proyecto.
- Desarrollar la programación de la aplicación web.
- Crear e implantar el sistema de seguridad de la aplicación web.
- Administrar, mantener y actualizar las aplicaciones desarrolladas.

DENOMINACION DEL CARGO: ASESOR COMERCIAL

Perfil profesional

Experiencia en atención al cliente, excelentes relaciones interpersonales, y manejo confidencial de la información, habilidad de trabajo en equipo orientado a resultados.

Objetivos

Lograr las metas de ventas establecidas en la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente, logrando una fidealización permanente del mismo.

Funciones

- Conocer acertadamente los servicios de la organización.
- Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades.
- Mantener continuo contacto con los clientes.
- Administrar coherentemente su agenda de trabajo.
- Mantener constantemente búsquedas de nuevos clientes.
- Reportar las sugerencias o quejas de los clientes a la organización.
- Cumplir con las metas establecidas.

DENOMINACION DEL CARGO: CONTADOR PÚBLICO

Perfil profesional

Es una persona visionaria capaz de crear estrategias anteponiéndose a los posibles sucesos de crisis dentro de una empresa u organización, donde la toma de decisiones es vital para llegar al éxito

Objetivos

El objetivo de un contador es establecer un control riguroso sobre cada uno de los recursos y las obligaciones del negocio; registrar, en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la empresa durante el ejercicio fiscal; proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara y verídica de la situación financiera que guarda el negocio; prever el futuro de la empresa y servir como fuente de información, ante terceras personas, de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria.

Funciones

- Examina, clasifica, codifica y contabiliza, transferencias bancarias, nóminas de personal, notas de débito y créditos bancarios, cheques anulados y otros ingresos recibidos por la unidad de Tesorería.
- Supervisa y dirige los análisis contables de las operaciones.
- Elabora las notas de créditos y débitos a nombre de los beneficiarios de las retenciones y aportes derivados de la nómina.

- Vela por el mantenimiento y actualización del sistema de contabilidad
- Participa en la elaboración del presupuesto.
- Revisa y firma las conciliaciones bancarias, balance de bienes, impuestos y gastos.
- Revisa y verifica el proceso de conciliación bancaria.
- Determina los ajustes necesarios, luego de obtenido los resultados.
- Prepara balances de comprobación con sus soportes respectivos.
- Prepara las liquidaciones de las deudas pendientes y préstamos del personal con la Institución.
- Supervisa y coordina el proceso de análisis y conformación de saldos de cuentas de los estados financieros.
- Analiza las irregularidades detectadas por el personal a su cargo y elabora los informes respectivos.
- Analiza y verifica movimientos de las diferentes cuentas bancarias.
- Prepara balances y estados financieros.
- Realiza asientos de apertura y cierre de los diferentes libros de contabilidad.

DENOMINACION DEL CARGO: SECRETARIA GENERAL/ ASISTENTE

ADMINISTRATIVO

Perfil profesional

Persona equilibrada y proactiva con capacidad de adaptarse a los cambios, con habilidades comunicativas y escucha activa. Capaz de crear, innovar e implementar buenas ideas y con criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades, que cuente siempre con buena disposición para trabajar en equipo y siempre tenga tacto y prudencia para manejar las diferentes situaciones.

Objetivos

Ejecutar las actividades correspondientes al área secretarial y asistir a su jefe inmediato, aplicando técnicas secretariales, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acorde con los objetivos de la unidad.

Funciones

- Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad.
- Transcribe en computador correspondencia como: oficios, memorandos, informes, listados, actas, contratos y otros documentos diversos.
- Llena a máquina o a mano formatos de órdenes de pago, recibos, órdenes de compra y demás formatos.
- Recibe y envía correspondencia.

- Maneja la máquina fotocopidora y fax.
- Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.
- Realiza y recibe llamadas telefónicas.
- Actualiza la agenda de su jefe.
- Toma mensajes y los transmite.
- Atiende y suministra información general a las personas que hacen parte de la organización.
- Brinda apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos.
- Convoca a reuniones de la unidad.
- Archiva la correspondencia enviada y/o recibida.
- Actualiza el archivo, distribuye la correspondencia.
- Se encarga del suministro de materiales de oficina.
- Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada.

DENOMINACION DEL CARGO: GERENTE GENERAL

Perfil profesional

Persona con buena visión de negocios, orientada a la obtención de buenos resultados, con buen análisis de los entornos, para la creación de estrategias, con capacidad de liderazgo y de excelente comunicación que lleve al cumplimiento de las mismas; persona emprendedora con poder de negociación que lleve orientada a la organización a la relación con las ofertas que más beneficien a la organización, velando por mantener un buen clima laboral entre los empleados, manteniéndolos motivados para el desarrollo de sus funciones.

Objetivos

El objetivo del Gerente General es administrar de una manera eficiente los recursos económicos y humanos de la empresa, planificando y coordinando las políticas, estrategias, planes, procedimientos y actividades, para el cumplimiento de objetivos fijados por la Junta Directiva.

Funciones

- Responsable por la dirección, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa.
- Desarrolla y define los objetivos organizacionales.
- Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo.

DOCESBEL SAS

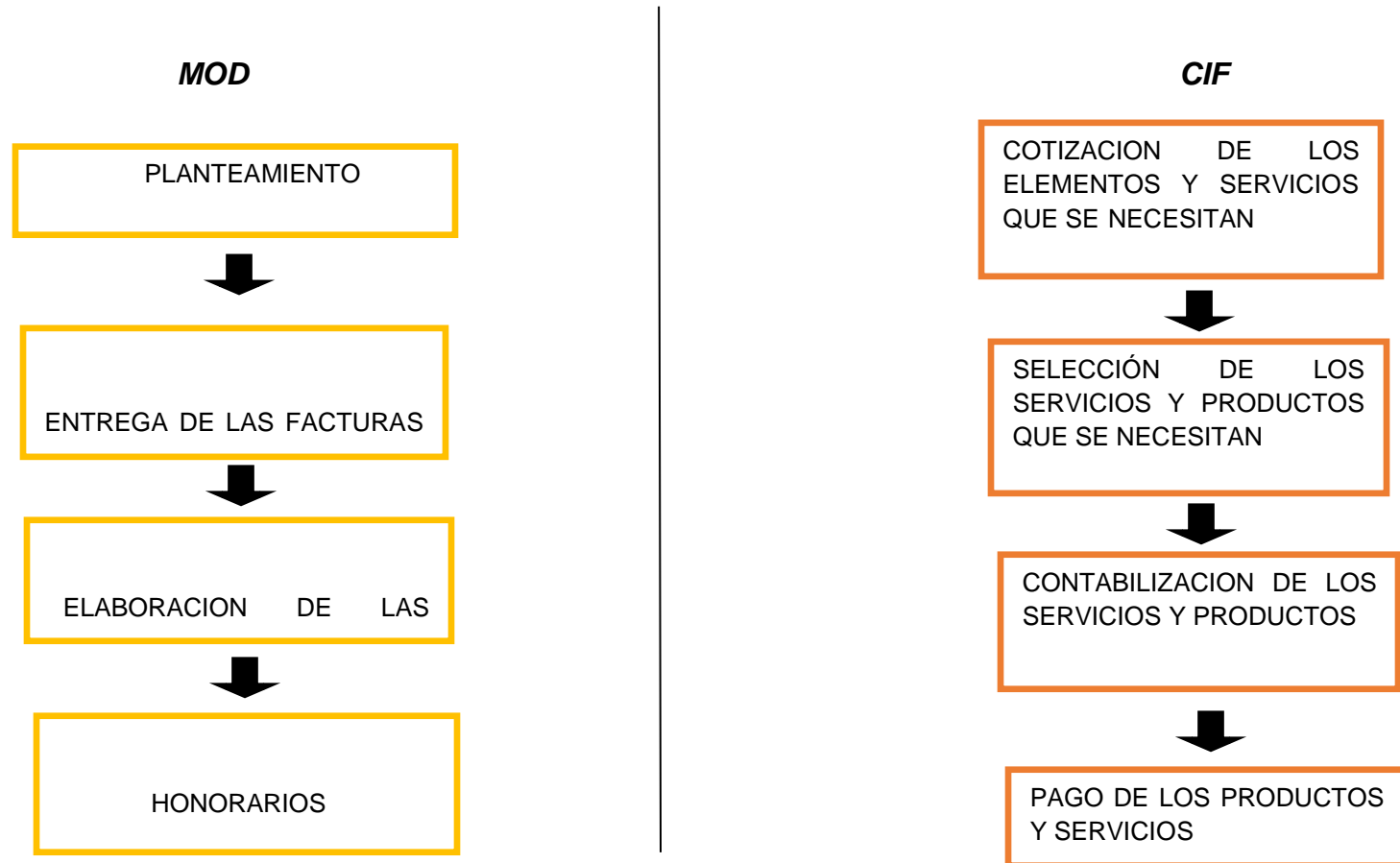
- Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional.
- Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control.
- Analizar y coordinar las actividades de la empresa en general.

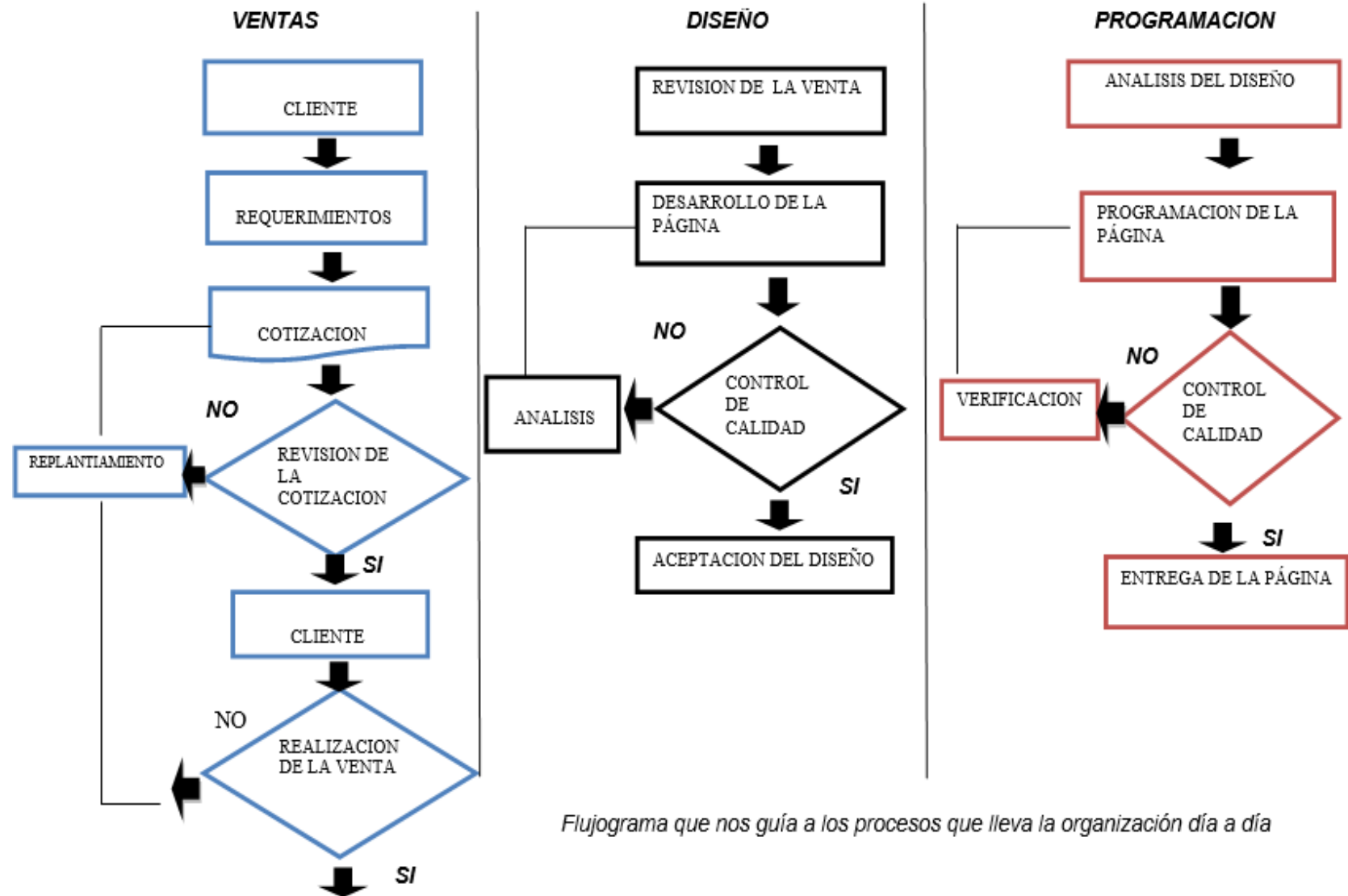
MATRIZ DOFA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Crecimiento en el número de clientes potenciales	1. Alta competencia en el mercado
	2. Beneficios que otorga el gobierno para la creación de microempresas	2. Cambios constantes de la tecnología
	3. Disminución en tasas de interés para más fácil acceso a créditos bancarios	3. Cambios de política de regulación empresarial
DEBILIDADES	DO	DA
1. Poco reconocimiento en el mercado.	Invertir en publicidad en diferentes medios para dar a conocer la organización	Capacitar constantemente al personal
2. Menor experiencia frente a la competencia	Asistir a eventos que el gobierno ofrece para tener más conocimiento de temas que las empresas con experiencia ya manejan.	Contar con personal que conozca sobre las nuevas tecnologías y pueda generar una ventaja frente a la competencia
3. Deficiente manejo en los tiempos de ejecución	Adquirir un programa ágil para alcanzar un nivel más competitivo en cuanto al tiempo de prestación del servicio.	Motivar al personal por su buen manejo con los clientes.
FORTALEZAS	FO	FA
1. Personal idóneo para realizar las actividades	Tener mejoras constantes en el software	Complementar y profundizar los conocimientos del personal con capacitaciones constantes
2. Buen Software	Aumentar la tasa de inversión de la organización para los inversionistas	Capacitar constantemente al personal sobre las nuevas tecnologías que llegan al mercado
3. Buenos precios	Contratar más personal con las mismas capacidades, para que satisfagan todas las necesidades que los clientes requieran	Hacer descuentos en la adquisición de nuestros servicios para una mayor fidelización de clientes.

Esta herramienta facilita el análisis del ambiente de la organización, describiendo al interior las fortalezas y debilidades; y a nivel externo las amenazas y oportunidades

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Se elabora un flujograma en la que presenta el proceso del sistema de costeo por órdenes de producción de la empresa Docesbel SAS, en el que se muestra lo que se lleva a cabo en la mano de obra, pasando después a los CIF para llegar a determinar el costo unitario del servicio.





Flujograma que nos guía a los procesos que lleva la organización día a día

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Según los requerimientos establecidos empezamos diciendo que se establecieron que estas son los requerimientos básicos para empezar con la prestación del servicio.

DOCESBEL SAS	
PAGINAS WEB	
PRODUCTO	Páginas web
La página web contara con información publicitaria de un negocio determinado, dando a conocer los productos y/o servicios, la información básica y tendrá mediante diferentes medios acceso directo con el microempresario que adquiere la página; para así adquirir el servicio de una forma más ágil.	
ESPECIFICACIONES TECNICAS	
Se necesitara el manejo de Windows 97 en adelante, con navegadores (Chrome/ Explorer y/o Mozilla), Sistema operativo de mínimo 32 bits, la memoria RAM instalada de ser de al menos 2GB.	
INSTALACION Y PRECAUCIONES	En el momento de la instalación de la página verificar que todos los computadores estén conectados a red; el computador principal o servidor debe tener como única función activa el proceso de creación de la página.

	Tener en cuenta el manejo de un buen antivirus para llevar a cabo el buen funcionamiento de la página
MANIPULACION	La manipulación o configuración de la pagina web solo la deben realizar las personas capacitadas y autorizadas por la empresa

COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

EGRESOS	CANT.	PROYECCION MENSUAL DE EGRESOS												TOTAL
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
EGRESOS		28.614.158	43.147.707	25.990.052	26.169.852	25.990.052	33.239.989	26.169.852	25.990.052	25.990.052	26.169.852	25.990.052	38.906.706	352.368.376
COSTOS VARIABLES														
PUBLICIDAD														
Volantes	1.000	80.000			80.000			80.000			80.000		40.000	360.000
Tarjetas de presentacion	1.000	99.800			99.800			99.800			99.800		49.900	449.100
SUBTOTAL		179.800	-	-	179.800	-	-	179.800	-	-	179.800	-	89.900	809.100
COSTOS FIJOS														
PUBLICIDAD														
Cuña	1	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	23.600	283.200
ARRIENDO OFICINA		7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	84.000.000
TRANSPORTE	260	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	468.000	5.616.000
ASEO	4	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
PAPELERIA														
Resmas de papel	10	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	960.000
Tintas impresoras	16	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	1.920.000
Papeleria General		250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	3.000.000
SALARIOS														
Asesores	4	3.401.678	5.937.294	3.055.912	3.055.912	3.055.912	4.500.594	3.055.912	3.055.912	3.055.912	3.055.912	3.055.912	5.957.248	44.244.109
Contador	1	1.680.467	2.915.889	1.512.000	1.512.000	1.512.000	2.215.889	1.512.000	1.512.000	1.512.000	1.512.000	1.512.000	2.580.052	21.488.297
Secretaria	1	1.028.347	1.734.302	919.628	919.628	919.628	1.280.798	919.628	919.628	919.628	919.628	919.628	1.698.466	13.098.937
Gerentes Generales	1	4.801.333	8.331.111	4.320.000	4.320.000	4.320.000	6.331.111	4.320.000	4.320.000	4.320.000	4.320.000	4.320.000	6.695.275	60.718.830
Diseñador de pagina web	2	4.321.200	7.498.000	3.691.256	3.691.256	3.691.256	5.698.000	3.691.256	3.691.256	3.691.256	3.691.256	3.691.256	6.426.327	53.473.575
Programador de paginas web	2	4.801.333	8.331.111	4.091.256	4.091.256	4.091.256	4.813.597	4.091.256	4.091.256	4.091.256	4.091.256	4.091.256	7.059.438	57.735.527
SERVICIOS PUBLICOS														
Internet		120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000
Agua		450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	5.400.000
Luz		180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	2.160.000
Telefono		150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	1.800.000
Celular		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	6.000.000
SUBTOTAL		28.434.358	43.147.707	25.990.052	25.990.052	25.990.052	33.239.989	25.990.052	25.990.052	25.990.052	25.990.052	25.990.052	38.816.806	351.559.276

COSTOS DE MANO DE OBRA

En la empresa para establecer un control de la mano de obra se determina el número de trabajadores. Hay un total de 12 empleados, de los cuales 4 trabajadores se involucran directamente con el servicio, otros 4 trabajadores son aquellos que no se vinculan a tareas específicas dentro de la organización y los demás trabajadores están en el área administrativa.

El cálculo del costo por hora de MOD El cálculo del costo hora hombre se realiza así:

$$\text{Costo Hora} = \frac{\text{Costo Total Mano de Obra (salario, beneficios y provisiones)}}{\text{Número de horas trabajadas durante el mes}}$$

Figura 2- Costo Hora Hombre

Esta es la fórmula del costo hora hombre



DOCESBEL SAS

COSTOS DE MANO DE OBRA

En la empresa para establecer un control de la mano de obra se determina el número de trabajadores. Hay un total de 12 empleados, de los cuales 4 trabajadores se involucran directamente con el servicio, otros 4 trabajadores son aquellos que no se vinculan a tareas específicas dentro de la organización y los demás trabajadores están en el área administrativa.

DOCESBEL SAS

No.	I.D	NOMBRE DE EMPLEADO	SUELDO BASICO	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO
1		Asesores	644.350	74.000	718.350
2		Diseñador web	1.800.000		1.800.000
3		Programador Web	2.000.000		2.000.000
4		Contador	1.400.000		1.400.000
5		Secretaria	800.000	74.000	874.000
6		Gerentes Generales	4.000.000		4.000.000
TOTALES			10.644.350	148.000	10.792.350

El contador, es el encargado de calcular la nómina total de cada empleado, es decir se establece la cantidad bruta ganada y cantidad neta por pagar después de las pertinentes deducciones.

FECHA	DETALLE	DEBITO	CREDITO
	PAGO MANO OBRA DIRECTA	XXX	
	BANCOS		XXX



DOCESBEL SAS

ASESORES

<u>PRIMA</u>		<u>CESANTIAS</u>	
FECHA DE PRIMA	01-jul-15	FECHA DE LIQUIDACION CESANTIAS	01-ene-15
FECHA DE CORTE PRIMA	31-dic-15	FECHA DE CORTE CESANTIAS	31-dic-15
DIAS PRIMA	181,00	DIAS CESANTIAS	361,00
<u>VACACIONES</u>		<u>INTERESES A LAS CESANTIAS</u>	
FECHA DE LIQUIDACION VACACIONES	30-dic-14	FECHA DE LIQUIDACION INTERESES	31-dic-14
FECHA DE CORTE VACACIONES	30-dic-15	FECHA DE CORTE INTERESES	31-dic-15
TOTAL DIAS DE VACIONES	15,21	DIAS INTERESES	361,00
DIAS TOMADOS DE VACACIONES	0		
DIAS PENDIENTES	15,21		
RESUMEN LIQUIDACION PAGOS:			
DIAS DE VACACIONES PENDIENTES:	15,21 /	718.350 30	\$ 364.164
CESANTIAS:	718.350 /	360 x 361	\$ 720.345
INTERESES DE CESANTIAS	718.350 /	360 x 361 X 12%	\$ 86.441
PRIMA SERVICIOS	718.350 /	360 x 181	\$ 361.170
HORAS EXTRAS PENDIENTE POR CANCELAR:			\$ -
TOTAL DEVENGOS			\$ 1.532.121
RESUMEN DESCUENTOS LIQUIDACION :		<u>MENSUAL</u>	
SALUD:	4%	570.350	\$ 22.814
PENSION:	4%	570.350	\$ 22.814
TOTAL DEDUCCIONES			\$ 45.628

DISEÑADOR WEB

<u>PRIMA</u>		<u>CESANTIAS</u>		
FECHA DE PRIMA	01-jul-15	FECHA DE LIQUIDACION CESANT	01-ene-15	
FECHA DE CORTE PRIMA	31-dic-15	FECHA DE CORTE CESANTIAS	31-dic-15	
DIAS PRIMA	181,00	DIAS CESANTIAS	361,00	
<u>VACACIONES</u>		<u>INTERESES A LAS CESANTIAS</u>		
FECHA DE LIQUIDACION VACACIONES	30-dic-14	FECHA DE LIQUIDACION INTERE	31-dic-14	
FECHA DE CORTE VACACIONES	30-dic-15	FECHA DE CORTE INTERESES	31-dic-15	
TOTAL DIAS DE VACIONES	15,21	DIAS INTERESES	361,00	
DIAS TOMADOS DE VACACIONES	0			
DIAS PENDIENTES	15,21			
<u>RESUMEN LIQUIDACION PAGOS:</u>				
DIAS DE VACACIONES PENDIENTES:	15,21 /	718.350	30	\$ 364.164
CESANTIAS:	1.800.000 /	360 x 361		\$ 1.805.000
INTERESES DE CESANTIAS	1.800.000 /	360 x 361 X 12%		\$ 216.600
PRIMA SERVICIOS	1.800.000 /	360 x 181		\$ 905.000
HORAS EXTRAS PENDIENTE POR CANCELAR:				\$ -
TOTAL DEVENGOS				\$ 3.290.764
<u>RESUMEN DESCUENTOS LIQUIDACION :</u>				
		<u>MENSUAL</u> <td></td>		
SALUD:	4%	1.800.000		\$ 72.000
PENSION:	4%	1.800.000		\$ 72.000
TOTAL DEDUCCIONES				\$ 144.000

DOCESBEL SAS

PROGRAMADOR WEB

<u>PRIMA</u>		<u>CESANTIAS</u>	
<u>FECHA DE PRIMA</u>	01-jul-15	<u>FECHA DE LIQUIDACION CESANT.</u>	01-ene-15
<u>FECHA DE CORTE PRIMA</u>	31-dic-15	<u>FECHA DE CORTE CESANTIAS</u>	31-dic-15
<u>DIAS PRIMA</u>	181,00	<u>DIAS CESANTIAS</u>	361,00
<u>VACACIONES</u>		<u>INTERESES A LAS CESANTIAS</u>	
<u>FECHA DE LIQUIDACION VACACIONES</u>	30-dic-14	<u>FECHA DE LIQUIDACION INTERES</u>	31-dic-14
<u>FECHA DE CORTE VACACIONES</u>	30-dic-15	<u>FECHA DE CORTE INTERESES</u>	31-dic-15
<u>TOTAL DIAS DE VACIONES</u>	15,21	<u>DIAS INTERESES</u>	361,00
<u>DIAS TOMADOS DE VACACIONES</u>	0		
<u>DIAS PENDIENTES</u>	15,21		
<u>RESUMEN LIQUIDACION PAGOS:</u>			
<u>DIAS DE VACACIONES PENDIENTES:</u>	15,21 /	718.350	30 \$ 364.164
<u>CESANTIAS:</u>	2.000.000 /	360 x 361	\$ 2.005.556
<u>INTERESES DE CESANTIAS</u>	2.000.000 /	360 x 361 X 12%	\$ 240.667
<u>PRIMA SERVICIOS</u>	2.000.000 /	360 x 181	\$ 1.005.556
<u>HORAS EXTRAS PENDIENTE POR CANCELAR:</u>			\$ -
<u>TOTAL DEVENGOS</u>			\$ 3.615.941
<u>RESUMEN DESCUENTOS LIQUIDACION :</u>			
		<u>MENSUAL</u>	
<u>SALUD:</u>	4%	2.000.000	\$ 80.000
<u>PENSION:</u>	4%	2.000.000	\$ 80.000
<u>TOTAL DEDUCCIONES</u>			\$ 160.000

DOCESBEL SAS

CONTADOR

<u>PRIMA</u>		<u>CESANTIAS</u>	
<u>FECHA DE PRIMA</u>	01-jul-15	<u>FECHA DE LIQUIDACION CESANT.</u>	01-ene-15
<u>FECHA DE CORTE PRIMA</u>	31-dic-15	<u>FECHA DE CORTE CESANTIAS</u>	31-dic-15
<u>DIAS PRIMA</u>	181,00	<u>DIAS CESANTIAS</u>	361,00
<u>VACACIONES</u>		<u>INTERESES A LAS CESANTIAS</u>	
<u>FECHA DE LIQUIDACION VACACIONES</u>	30-dic-14	<u>FECHA DE LIQUIDACION INTERES</u>	31-dic-14
<u>FECHA DE CORTE VACACIONES</u>	30-dic-15	<u>FECHA DE CORTE INTERESES</u>	31-dic-15
<u>TOTAL DIAS DE VACIONES</u>	15,21	<u>DIAS INTERESES</u>	361,00
<u>DIAS TOMADOS DE VACACIONES</u>	0		
<u>DIAS PENDIENTES</u>	15,21		
<u>RESUMEN LIQUIDACION PAGOS:</u>			
<u>DIAS DE VACACIONES PENDIENTES:</u>	15,21 /	718.350	30 \$ 364.164
<u>CESANTIAS:</u>	1.400.000 /	360 x 361	\$ 1.403.889
<u>INTERESES DE CESANTIAS</u>	1.400.000 /	360 x 361 X 12%	\$ 168.467
<u>PRIMA SERVICIOS</u>	1.400.000 /	360 x 181	\$ 703.889
<u>HORAS EXTRAS PENDIENTE POR CANCELAR:</u>			\$ -
<u>TOTAL DEVENGOS</u>			\$ 2.640.408
<u>RESUMEN DESCUENTOS LIQUIDACION :</u>		<u>MENSUAL</u>	
<u>SALUD:</u>	4%	1.400.000	\$ 56.000
<u>PENSION:</u>	4%	1.400.000	\$ 56.000
<u>TOTAL DEDUCCIONES</u>			\$ 112.000

DOCESBEL SAS

SECRETARIA

<u>PRIMA</u>		<u>CESANTIAS</u>	
<u>FECHA DE PRIMA</u>	01-jul-15	<u>FECHA DE LIQUIDACION CESANT.</u>	01-ene-15
<u>FECHA DE CORTE PRIMA</u>	31-dic-15	<u>FECHA DE CORTE CESANTIAS</u>	31-dic-15
<u>DIAS PRIMA</u>	181,00	<u>DIAS CESANTIAS</u>	361,00
<u>VACACIONES</u>		<u>INTERESES A LAS CESANTIAS</u>	
<u>FECHA DE LIQUIDACION VACACIONES</u>	30-dic-14	<u>FECHA DE LIQUIDACION INTERES</u>	31-dic-14
<u>FECHA DE CORTE VACACIONES</u>	30-dic-15	<u>FECHA DE CORTE INTERESES</u>	31-dic-15
<u>TOTAL DIAS DE VACIONES</u>	15,21	<u>DIAS INTERESES</u>	361,00
<u>DIAS TOMADOS DE VACACIONES</u>	0		
<u>DIAS PENDIENTES</u>	15,21		
RESUMEN LIQUIDACION PAGOS:			
<u>DIAS DE VACACIONES PENDIENTES:</u>	15,21 /	718.350	30 \$ 364.164
<u>CESANTIAS:</u>	800.000 /	360 x 361	\$ 802.222
<u>INTERESES DE CESANTIAS</u>	800.000 /	360 x 361 X 12%	\$ 96.267
<u>PRIMA SERVICIOS</u>	800.000 /	360 x 181	\$ 402.222
<u>HORAS EXTRAS PENDIENTE POR CANCELAR:</u>			\$ -
TOTAL DEVENGOS			\$ 1.664.875
RESUMEN DESCUENTOS LIQUIDACION :			
		<u>MENSUAL</u>	
<u>SALUD:</u>	4%	726.000	\$ 29.040
<u>PENSION:</u>	4%	726.000	\$ 29.040
TOTAL DEDUCCIONES			\$ 58.080

DOCESBEL SAS

GERENTE GENERAL

<u>PRIMA</u>		<u>CESANTIAS</u>		
FECHA DE PRIMA	01-jul-15	FECHA DE LIQUIDACION CESANT.	01-ene-15	
FECHA DE CORTE PRIMA	31-dic-15	FECHA DE CORTE CESANTIAS	31-dic-15	
DIAS PRIMA	181,00	DIAS CESANTIAS	361,00	
<u>VACACIONES</u>		<u>INTERESES A LAS CESANTIAS</u>		
FECHA DE LIQUIDACION VACACIONES	30-dic-14	FECHA DE LIQUIDACION INTERES	31-dic-14	
FECHA DE CORTE VACACIONES	30-dic-15	FECHA DE CORTE INTERESES	31-dic-15	
TOTAL DIAS DE VACIONES	15,21	DIAS INTERESES	361,00	
DIAS TOMADOS DE VACACIONES	0			
DIAS PENDIENTES	15,21			
RESUMEN LIQUIDACION PAGOS:				
DIAS DE VACACIONES PENDIENTES:	15,21 /	718.350	30	\$ 364.164
CESANTIAS:	4.000.000 /	360 x	361	\$ 4.011.111
INTERESES DE CESANTIAS	4.000.000 /	360 x	361 X 12%	\$ 481.333
PRIMA SERVICIOS	4.000.000 /	360 x	181	\$ 2.011.111
HORAS EXTRAS PENDIENTE POR CANCELAR:				\$ -
TOTAL DEVENGOS				\$ 6.867.719
RESUMEN DESCUENTOS LIQUIDACION :				
		<u>MENSUAL</u>		
SALUD:	4%	4.000.000		\$ 160.000
PENSION:	4%	4.000.000		\$ 160.000
TOTAL DEDUCCIONES				\$ 320.000



DOCESBEL SAS

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CIF			
CANTIDAD	DESCRIPCION	VLR UNITARIO	VLR TOTAL
	SERVICIOS PUBLICOS		
	Internet	120.000	120.000
	Agua	450.000	450.000
	Luz	180.000	180.000
	Telefono	150.000	150.000
2	Celular	250.000	500.000
	PUBLICIDAD		
1000	Volantes	80	80.000
1000	Tarjetas de presentacion	100	99.800
1	Cuña	23.600	23.600
	PAPELERIA		
10	Resmas de papel	8.000	80.000
16	Tintas impresoras	10.000	160.000
	Papeleria General	250.000	250.000
260	TRANSPORTE	1.800	468.000
4	ASEO	50.000	200.000
	ARRIENDO OFICINA		7.000.000

Los costos indirectos de fabricación se refiere a lacarga fabril, es decir que no se identifican de forma directa en el proceso.



DOCESBEL SAS

PROYECCION DE COSTOS

PROYECCION COSTOS TOTALES IPP					
COSTOS TOTALES					
COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDO OFICINA	84.000.000	89.040.000	94.382.400	100.045.344	106.048.065
SALARIOS					
Asesores	44.244.109	46.898.756	49.712.681	52.695.442	55.857.168
Contador	21.488.297	22.777.595	24.144.250	25.592.905	27.128.480
Secretaria	13.098.937	13.884.873	14.717.966	15.601.044	16.537.106
Gerentes Generales	60.718.830	64.361.960	68.223.678	72.317.098	76.656.124
SERVICIOS PUBLICOS					
Internet	1.440.000	1.526.400	1.617.984	1.715.063	1.817.967
Agua	5.400.000	5.724.000	6.067.440	6.431.486	6.817.376
Luz	2.160.000	2.289.600	2.426.976	2.572.595	2.726.950
Telefono	1.800.000	1.908.000	2.022.480	2.143.829	2.272.459
Celular	6.000.000	6.360.000	6.741.600	7.146.096	7.574.862
TOTAL	240.350.173	254.771.184	270.057.455	286.260.902	303.436.556

IPC 6,00%

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseñador de pagina web	53.473.575	56.681.990	60.082.909	63.687.884	67.509.157
Programador de paginas web	57.735.527	61.199.659	64.871.639	68.763.937	72.889.773
PUBLICIDAD					
Volantes	360.000	381.600	404.496	428.766	454.492
Tarjetas de presentacion	449.100	476.046	504.609	534.885	566.978
Cuña	283.200	300.192	318.204	337.296	357.533
PAPELERIA					
TRANSPORTES	5.616.000	5.952.960	6.310.138	6.688.746	7.090.071
ASEO	2.400.000	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945
TOTAL	9.108.300	9.654.798	10.234.086	10.848.131	11.499.019

COSTOS FIJOS	240.350.173	254.771.184	270.057.455	286.260.902	303.436.556
COSTOS VARIABLES	9.108.300	9.654.798	10.234.086	10.848.131	11.499.019
COSTOS TOTALES	249.458.473	264.425.982	280.291.540	297.109.033	314.935.575

DOCESBEL SAS					
<u>HOJA DE COSTO ORDEN DE PRODUCCIÓN</u>					
PRODUCTO		<u>PAGINA WEB</u>			
CANTIDAD DE UNIDADES A PRODUCIR		<u>10</u>			
MANO DE OBRA		COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
Centro de costo actividad	Valor total	Centro de costo actividad	Valor total		
Asesores	\$ 3.687.009	PUBLICIDAD	\$ 91.025		
Contador	\$ 1.790.691	PAPELERIA	\$ 490.000		
Diseñador web	\$ 4.456.131	TRANSPORTE	\$ 468.000		
Programador Web	\$ 4.811.294	ASEO	\$ 200.000		
Secretaria	\$ 1.091.578	SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.400.000		
Gerentes Generales	\$ 5.059.903	ARRIENDO OFICINA	\$ 7.000.000		
Subtotal	\$ 20.896.606	Subtotal	\$ 9.649.025		
COSTO TOTAL		\$ 30.545.631	COSTO UNITARIO	\$ 3.054.563	

Los costos de cada orden de producción se registran en una hoja, la cual resume los valores mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.



DOCESBEL SAS

PRECIO DE VENTA

PRECIO DE VENTA		
	MANO DE OBRA DIRECTA	20.896.606
MAS		
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	9.649.025
IGUAL		
	COSTO DE PRODUCCION	30.545.631
DIVIDIDO		
	No DE SERVICIOS VENDIDOS	10
IGUAL		
	COSTO UNITARIO	3.054.563
MAS		
	UTILIDAD BRUTA 30%	916.369
IGUAL		
	PRECIO DE VENTA	3.970.932

CONCLUSIONES

Este proyecto logró alcanzar los objetivos planteados en un principio, por lo que decimos que en cuanto a las características generales que presenta una buena página web, se determinó que son, un buen diseño visual, un dominio propio, una página de entrada liviana que no se demore demasiado en carga, datos generales de contacto y chats para estar en constante interacción con los clientes. Pero principalmente una llamativa presentación de sus productos la cual los haga atractivos y les presente una forma fácil y ágil de adquisición de los mismos a sus clientes.

En cuanto a los procesos que se establecieron para Docesbel SAS fueron básicamente tres: ventas, diseño y programación, en los cuales se resumen las situaciones cotidianas que vive la organización. También se tuvo en cuenta los procesos por los elementos del costo presentes en la organización que serian mano de obra directa y Costos indirectos de fabricación.

Después de haber identificado los requerimientos mínimos de las páginas web y de haber determinado los procesos que se manejan en la misma, se establecieron todos los costos en los que se incurrió y así mismo se estableció que el método más eficiente para llevar un control de costos, fue el de sistema de costos por ordenes de producción, ya que este sistema tiene maneja todas las características de la organización por la clase de servicio que presta, permitiendo así, establecer estrategias para poder aumentar el nivel de ventas.

Terminando finalmente con un sistema de costos elaborado que tuvo en cuenta todos los datos basados en la realidad y que proyecta la situación de la empresa, aplicando de manera correcta los conocimientos adquiridos sobre la distribución de los costos en los elementos del mismo y finalizando con un costo del servicio, dándonos el paso a establecer el precio de venta al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Juan Felipe Parra (Junio 2011) Estudios superiores de administración Colombia- Vol. XIX (1),Pag 27-53
- Revista Dinero (09 enero 2014), Sección país, artículo “Bogotá, una ciudad de microempresas”
- Laura Camacho. (2014). Portafolio.com/economía/crecimiento la publicidad internet Colombia.
- CATRO L. Enrique (2004). Contabilidad de Costos III. Primera Edición. Editorial Norma, Pág. 46
- GARCÍA Colín Juan (1972). Contabilidad de Costos. Primera Edición. Editorial Norma, Pág. 75
- ZAPATA Sánchez Pedro (2007). Contabilidad de Costos herramienta para la toma de decisiones. Primera Edición. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S.A, Pág. 128
- Ivan Thompson (Enero 2006) Artículo. “La Publicidad en Internet”
- *Allen Bethea, Demand Media| Traducido por Adrian Aguado Galindo (23 Enero 2007)*

COTIZACIONES

The screenshot displays the OLX website interface. At the top left is the OLX logo. To its right is a search bar with 'resmas' entered and a search icon. Further right is a button that says 'Publica un anuncio gratis'. Below the search bar, there are navigation links: 'Inicio > Muebles - Hogar - Jardin > Almacenes - Oficinas > resmas - Colombia, Almacenes - Oficinas - Colombia, Muebles - Hogar - Jardin'. Below this, it says '> 12 resultados para "resmas" en Colombia'. On the left side, there is a 'Precio' filter section with 'Min' and 'Max' input fields and a checkmark icon. To the right of the filter is a location filter for 'Colombia' with sub-filters for 'Bogotá 10', 'Santander 1', and 'Valle del Cauca 1'. Below the filters is a dropdown menu for 'Ordenar por:' set to 'Tiempo: más reciente'. The main content area shows a list of results. The first result is for 'PAPEL XEROX TAMAÑO CARTA Y OICIO' with a price of '\$80.000' and a 'Negociable' status. The description includes 'PROMOCIÓN DE PAPEL TAMAÑO CARTA 75 GRS. CAJA DE 10 resmas, CADA RESMA 500 HOJAS \$ 80.000 PROMOCIÓN DE PAPEL TAMAÑO OFICO 75 GRS, CAJA DE 10 resmas, CADA RESMA 500...'. The location is listed as 'Almacenes - Oficinas - Bogotá' and the date is '14 Nov'. On the left side of the page, there is a vertical advertisement for 'despegar.com' with the text 'PAQUETES A SAN ANDRES DESDE COP 502680' and a 'COMPRAR' button.

Figura 3- Papelería

Esta figura corresponde a parte de la cotizacion la papeleria

500 Tarjetas de Presentación Mate y Uv

Condición: Nuevo producto

Tarjetas de presentacion Mate 4x4 con Brillo Uv ambas Caras

Impresión Litográfica
Tamaño de Impresión 9x5,5 cms
Sangrado de 2 mm por cada lado
Papel Propalcote de 300 gramos Nacional
Impresión 4x4 Tintas (Full Color 2 Caras)
Plastificado Mate y Brillo uv Ambas Caras
Tiempo de Produccion 6-8 días hábiles
Entrega a Domicilio
Inicio del Trabajo 50% y 50% Contra entrega (Bogotá) 100% otras Ciudades

Tweet Compartir Google+ Pinterest

Enviar a un amigo Imprimir

\$ 49,900.00 impuestos inc.

Cantidad 1

Añadir al carrito

Añadir a la lista de deseos

PayPal VISA MasterCard SSL

Ver más grande

Figura 4- Publicidad

Esta figura corresponde a parte de la cotización de la publicidad

EL TIEMPO Miércoles 18 de noviembre de 2015 f t g+ v Q BUSCAR INGRESA CREA UNA CUENTA

ARCHIVO

TEMAS DEL DÍA | Selección Colombia Ataques en París Marihuana medicinal Armero M-19 ÚLTIMAS NOTICIAS

LOS COSTOS PUBLICITARIOS

Por: NULLVALUE
 © 8 de marzo de 1998

Elemento Precio \$ Valla de 4 mts. por 2 mts. 336.000 Valla móvil de tres caras (alquiler de un mes)900.000 Pasacalle de 5 mts. 60.000 Pasacalle de 6 mts. 70.000 Pendón en coleta sin foto (70 cm. por 1 mt.) 35.000 Pendón en tela impermeable (70 cm. por 1 mt. sin foto)50.000 Afiche a color con foto (medio pliego) 4.500 Afiche a color sin foto (pliego) 8.000 Volantes papel periódico (cantidad mínima 1.000) 40.000 Volantes Papel bond 50.000 Calcomanías a coloren policromía12 cm. cuadrado Cuña radial de 15 seg. (alta sintonía) 81.818 Cuña radial 15 seg. (baja sintonía) 16.860 Aviso prensa 1/4 de pag. policromía 2 150.550 Aviso prensa 1/4 de pag. interior 1 275.750 Aviso 5 cm. por 1 primera pag. (blanco y negro)104.975 Aviso 5 cm. por 1 primera pag. (color) 147.900

f 0
 t 0
 g+

PUBLICIDAD

Figura 5- Publicidad

Esta figura corresponde a parte de la cotización de la publicidad

The image shows a screenshot of a website advertisement for 'Volantes Media Carta'. At the top left is the logo for 'Papeleria Empresarial Group' with the phone number 'Cel: 30 42 42 42 52'. To the right of the logo is a navigation menu with links: 'Nosotros', 'Servicios Web', 'Impresión Digital', 'Diseño Gráfico', and 'Área de Cliente'. Further right is a search bar labeled 'Busqueda Rápida...'. Below the navigation is a blue horizontal menu with links: 'INICIO', 'TARJETAS DE PRESENTACIÓN', 'VOLANTES', 'CARPETAS', 'MEMBRETES', 'AFICHES', 'FACTURAS', 'CARNETS', 'OTROS', 'REGISTRE SU PAGO', and 'CONTACTO'. Below this menu is a 'G+1' button with a '0' next to it. The main content area shows a breadcrumb trail: 'Home · Papeleria Empresarial · Volantes Media Carta'. The central advertisement features a stack of colorful brochures on the left. To the right of the brochures, the text reads 'Volantes Media Carta', followed by 'Actualizado Por Papeleria Empresarial'. Below this text are two buttons: a blue button with '\$80.000' and a green button with a shopping cart icon and the word 'COMPRAR'. To the right of the main advertisement is a sidebar with a 'soporte en linea' section containing a 'Catalogo de Precios' link and a red button that says 'Haz click aquí' with a blue downward arrow. Below that is a 'Contáctanos!' section with a small photo of a woman and the phone numbers 'Cel: 3112449877' and '304 242 4252'.

Figura 6- Publicidad

Esta figura corresponde a parte de la cotización de la publicidad

TARIFAS GENERALES DIARIO PUBLIMETRO	Día	lunes a jueves	viernes	sábado	
Ubicación	factor ubicación	factor día	1,0	1,15	1,0
General ¹	1,0	11.800	13.570	11.800	
Crónica Par	1,8	21.240	24.426	21.240	
Crónica Impar	2,5	29.500	33.925	29.500	
Pág. 3 ²	2,9	34.220	39.353	34.220	
Pág.5 ²	2,8	33.040	37.996	33.040	
Pág. 7 ²	2,7	31.860	36.639	31.860	
Págs. 9, 11 ²	2,6	30.680	35.282	30.680	
Pág.2 ¹	2,3	27.140	31.211	27.140	
Pág. 4 ¹	2,2	25.960	29.854	25.960	
Pág. 6 ¹	2,1	24.780	28.497	24.780	
Págs. 8, 10 ¹	2,0	23.600	27.140	23.600	
Central Par ¹	2,2	25.960	29.854	25.960	
Central Impar ¹	2,8	33.040	37.996	33.040	
Págs. Centrales (mín. 17x13 cms/col.)	3,0	35.400	40.710	35.400	
Solicitada	3,0	35.400	40.710	35.400	
Portada	7,0	82.600	94.990	82.600	
Contraportada	3,0	35.400	40.710	35.400	
Deportes Par	1,7	20.060	23.069	20.060	
Deportes Impar	2,3	27.140	31.211	27.140	
Magazine Par	1,7	20.060	23.069	20.060	
Magazine Impar	2,3	27.140	31.211	27.140	
Cine	1,0	11.800	13.570	11.800	
Espectáculos y Restaurantes	1,8	21.240	24.426	21.240	
Inserción	2,5	29.500	33.925	29.500	
Legales / Balances y Martilleros	1,0	11.800	13.570	11.800	
Propaganda Política	3,0	35.400	40.710	35.400	
Página Empresas	2,0	23.600	27.140	23.600	



Tarifas con factores ya aplicados

(¹) Tarifa General, solo B/N en cualquier ubicación

Figura 7- Publicidad

Esta figura corresponde a parte de la cotización de la publicidad

The screenshot shows the Mercado Libre website interface. At the top, there is a search bar with the text 'tinta para impresora' and a search icon. To the right of the search bar, there is a user profile icon, a notification bell, a heart icon, and a 'Vender' button. Below the search bar, there is a navigation menu with categories like 'Cartuchos, Toner y T...', 'Impresoras (356)', and 'Software (1)'. On the left side, there are filters for 'Envío', 'Ubicación', 'Rango de precios', and 'O refinar por'. The main content area displays a list of products related to printer ink. Each product listing includes a small image, the product name, the price per unit (c/u), and additional details like 'Artículo nuevo' and the number of items sold.

Producto	Precio (c/u)	Estado	Vendidos
Tinta Compatible Epson Impresoras Con Sistema Tinta Continua	\$ 9.450	Artículo nuevo	27
Sistema Tinta Continuo Impresora Cartucho Hp Canon Lexmark	\$ 21.900	Artículo nuevo	618
Tinta Para Sublimar, Tinta Sublimación Para Impresoras Epson	\$ 20.000	Artículo nuevo	29
Sistema Tinta Continuo Impresora Pro 8100 Pr0 8600 Hp950 951	\$ 124.900	Artículo nuevo	102
Sistema Tinta Continuo Impresora Cartucho T25 Tx125 Tx135 Ep	\$ 42.000	Artículo nuevo	179
Sistema Recarga Tinta Continua Cartuchos Impresoras Hp Canon	\$ 77.000	Artículo nuevo	13

Figura 8- Papelería

Esta figura corresponde a parte de la cotización de la papelería

www.fincaraiz.com.co/oficinas/arriendo/bogota/

Precio

Entre ▼

Hasta ▼

Área

Entre ▼

Hasta ▼

Habitaciones

1 2 3 4 o mas

Baños

1 2 3 4 o mas

▲ Quiero Ver

Inmuebles con foto (3665)

▲ Características Extra

Trans. Público cercano

Ascensor

Zona Comercial

Portería / Recepción

Cómodas vías de acceso

Citófono

Ubicada en edificio

Garaje Cubierto

Circuito cerrado de TV

Sobre vía principal





		Destacado
 14 FOTOS	<p>Oficina en Villemar 88,00 m2 \$ 5.900.000</p> <p>Zona Occidente - Bogotá 1 hab. Comparar</p>	
 6 FOTOS	<p>Oficina en North Point Bosque De Pinos Cedritos 163,00 m2 \$ 7.200.000</p> <p>Bogotá --- Comparar</p>	
 4 FOTOS	<p>Oficina en Chicó 400,00 m2 \$ 23.000.000</p> <p>Zona Norte - Bogotá --- Comparar</p>	
 6 FOTOS	<p>Oficina en Colina Campestre 30,00 m2 \$ 1.750.000</p> <p>Zona Noroccidente - Bogotá --- Comparar</p>	

Figura 9- Arriendos

La figura ocho corresponde a parte de la cotización del arriendo de la oficina