

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO LOCATIVO PARA HOGARES DE BUCARAMANGA

EDWIN ALEXANDER CALVETE MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2020

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO LOCATIVO PARA HOGARES DE BUCARAMANGA

EDWIN ALEXANDER CALVETE MARTÍNEZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
GESTIÓN EMPRESARIAL

DIRECTOR
ALEJANDRO MANTILLA CACERES
INGENIERO INDUSTRIAL

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

2020

DEDICATORIA

Dedico el resultado de tantos años de estudio a mis padres y hermanas, quienes siempre me han acompañado en los buenos y malos momentos de mi vida, siendo los pilares para lograr tantas cosas.

Al amor de mi vida por apoyarme hasta en las malas ideas y sobre todo por darme el regalo más hermoso de mi vida.

A ti hijo, posiblemente en este momento no entiendas mis palabras, pero para cuando seas capaz, quiero que te des cuenta de lo que significas para mí. Eres mi mayor motivación para dar lo mejor de mí.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|-----|
| INTRODUCCIÓN | 23 |
| 1 GENERALIDADES..... | 25 |
| 1.1 PANORAMA DEL SECTOR..... | 25 |
| 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO | 27 |
| 1.3 ASPECTOS LEGALES | 31 |
| 2 ESTUDIO DE MERCADOS..... | 35 |
| 2.1 OBJETIVOS | 35 |
| 2.1.1 Objetivo General..... | 35 |
| 2.1.2 Específicos. | 35 |
| 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO | 36 |
| 2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del servicio | 36 |
| 2.2.2 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia..... | 38 |
| 2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO..... | 39 |
| 2.3.1 Mercado potencial. | 39 |
| 2.3.2 Mercado objetivo. | 40 |
| 2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 41 |
| 2.4.1 La demanda..... | 41 |
| 2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados..... | 46 |
| 2.4.3 Estimación de la demanda..... | 71 |
| 2.4.4 Proyección de la demanda. | 73 |
| 2.5 OFERTA O COMPETENCIA..... | 75 |
| 2.5.1 Necesidades de información..... | 75 |
| 2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia. | 75 |
| 2.5.3 Conclusión sobre la investigación de la competencia..... | 106 |
| 2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA..... | 107 |
| 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN..... | 109 |
| 2.7.1 Estructura de los canales actuales. | 109 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 2.7.2 | Ventajas y desventajas de los canales actuales..... | 110 |
| 2.7.3 | Selección de los canales de comercialización | 113 |
| 2.8 | PRECIO | 113 |
| 2.8.1 | Análisis de precios de la competencia..... | 113 |
| 2.8.2 | Estrategias de fijación de precios. | 120 |
| 2.9 | PUBLICIDAD Y PROMOCION..... | 120 |
| 2.9.1 | Objetivos..... | 120 |
| 2.9.2 | Logotipo..... | 121 |
| 2.9.3 | Slogan..... | 123 |
| 2.9.4 | Análisis de medios..... | 124 |
| 2.9.5 | Selección de medios..... | 128 |
| 2.9.6 | Estrategias Publicitarias..... | 129 |
| 2.9.7 | Presupuesto de publicidad y promoción. | 132 |
| 3 | ESTUDIO TÉCNICO | 135 |
| 3.1 | TAMAÑO DEL PROYECTO | 135 |
| 3.1.1 | Descripción del tamaño del proyecto..... | 135 |
| 3.1.2 | Factores que determinan el tamaño de un proyecto..... | 135 |
| 3.1.3 | Capacidad del proyecto. | 137 |
| 3.2 | LOCALIZACIÓN..... | 146 |
| 3.2.1 | Macro localización. | 147 |
| 3.2.2 | Micro localización. | 147 |
| 3.3 | INGENIERÍA DEL PROYECTO | 151 |
| 3.3.1 | Ficha técnica del servicio..... | 151 |
| 3.3.2 | Descripción técnica del proceso | 153 |
| 3.3.3 | Diagrama de operación, proceso y procedimiento..... | 155 |
| 3.3.4 | Control de calidad..... | 159 |
| 3.3.5 | Recursos..... | 160 |
| 3.3.6 | Análisis de Proveedores | 165 |
| 3.3.7 | Distribución de planta. | 167 |
| 4 | ESTUDIO ADMINISTRATIVO..... | 171 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.1 | FORMA DE CONSTITUCIÓN | 171 |
| 4.2 | CULTURA ORGANIZACIONAL | 178 |
| 4.2.1 | Misión | 178 |
| 4.2.2 | Visión | 178 |
| 4.2.3 | Objetivos empresariales | 178 |
| 4.2.4 | Principios corporativos..... | 179 |
| 4.2.5 | Políticas organizacionales | 181 |
| 4.3 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 186 |
| 4.3.1 | Organigrama..... | 187 |
| 4.3.2 | Descripción de cargos | 188 |
| 4.3.3 | Perfiles de los cargos..... | 200 |
| 4.3.4 | Asignación salarial..... | 210 |
| 5 | ESTUDIO FINANCIERO | 213 |
| 5.1 | INVERSIONES..... | 213 |
| 5.1.1 | Inversión fija..... | 213 |
| 5.1.2 | Inversión diferida | 217 |
| 5.1.3 | Inversión capital de trabajo | 218 |
| 5.1.4 | Inversión total | 227 |
| 5.1.5 | Fuentes de financiación | 228 |
| 5.2 | COSTOS Y GASTOS..... | 231 |
| 5.2.1 | Costos fijos | 232 |
| 5.2.2 | Costos variables | 232 |
| 5.2.3 | Costos totales unitarios..... | 233 |
| 5.3 | PRECIO DE VENTA..... | 234 |
| 5.4 | PROYECCIONES FINANCIERAS | 235 |
| 5.4.1 | Proyección de ingresos..... | 235 |
| 5.4.2 | Proyección de egresos | 237 |
| 5.5 | ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS..... | 239 |
| 5.5.1 | Estado de resultados proyectados..... | 239 |
| 5.5.2 | Flujo de caja proyectado..... | 241 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 5.5.3 | Balance general inicial y proyectado | 244 |
| 6 | EVALUACIÓN DEL PROYECTO | 248 |
| 6.1 | EVALUACION SOCIAL | 248 |
| 6.2 | EVALUACIÓN AMBIENTAL..... | 250 |
| 6.2.1 | Matriz de evaluación de impactos..... | 251 |
| 6.2.2 | Plan de mitigación | 253 |
| 6.3 | EVALUACION FINANCIERA | 254 |
| 6.3.1 | Valor presente neto - VPN..... | 254 |
| 6.3.2 | Tasa Interna de Retorno..... | 258 |
| 6.3.3 | Periodo de recuperación..... | 259 |
| 6.3.4 | Análisis de las razones financieras..... | 259 |
| 6.4 | PUNTO DE EQUILIBRIO | 262 |
| 7 | CONCLUSIONES | 265 |
| 8 | RECOMENDACIONES | 268 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 270 |
| | ANEXO | 276 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga (2020) | 40 |
| Tabla 2: Personas que contratan con empresas..... | 46 |
| Tabla 3: Medios de información del servicio | 47 |
| Tabla 4: Aspectos para la selección del proveedor..... | 49 |
| Tabla 5: Servicios contratados durante el último año | 50 |
| Tabla 6: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios eléctricos..... | 51 |
| Tabla 7: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de albañilería | 52 |
| Tabla 8: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de plomería..... | 53 |
| Tabla 9: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de carpintería metálica | 54 |
| Tabla 10: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de carpintería..... | 55 |
| Tabla 11: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de mantenimiento | 56 |
| Tabla 12: Proveedores de servicios eléctricos..... | 57 |
| Tabla 13: Proveedores de servicios de albañilería | 58 |
| Tabla 14: Proveedores de servicios de plomería | 59 |
| Tabla 15: Proveedores de servicios de carpintería metálica..... | 60 |
| Tabla 16: Proveedores de servicios de carpintería | 61 |
| Tabla 17: Frecuencia de los servicios..... | 62 |
| Tabla 18: Tiempo de atención del servicio..... | 64 |
| Tabla 19: Forma de pago..... | 65 |
| Tabla 20: Posibles servicios adicionales..... | 66 |
| Tabla 21: Calificación del servicio recibido por otras empresas..... | 68 |
| Tabla 22: Interés por contratar los servicios | 69 |
| Tabla 23: Preferencia de contacto con la empresa..... | 70 |
| Tabla 24: Demanda total por servicio | 72 |
| Tabla 25: Demanda efectiva por servicio | 73 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 26 Proyección de la demanda por servicio. | 74 |
| Tabla 27 Información de la empresa: ELECTRORIENTE..... | 76 |
| Tabla 28 Información de la empresa: Internacional de Eléctricos..... | 77 |
| Tabla 29 Información de electricista independiente..... | 78 |
| Tabla 30 Comparativa entre empresas de servicios eléctricos..... | 79 |
| Tabla 31 Información de la empresa: Ferretería ALDIA..... | 81 |
| Tabla 32 Información de la empresa: John Robles Arquitectos..... | 82 |
| Tabla 33 Información del maestro de construcción independiente..... | 83 |
| Tabla 34 Comparativa entre empresas de servicios eléctricos..... | 84 |
| Tabla 35 Información de la empresa: Plomería Atlantis..... | 86 |
| Tabla 36 Información de la empresa: AG Plomería..... | 87 |
| Tabla 37 Información de plomero independiente..... | 87 |
| Tabla 38 Comparativa entre empresas de servicios de plomería..... | 89 |
| Tabla 39 Información de la empresa: Modugal..... | 91 |
| Tabla 40 Información de la empresa: Madeka..... | 92 |
| Tabla 41 Información de LH carpintería..... | 93 |
| Tabla 42 Comparativa entre empresas de servicios de plomería..... | 94 |
| Tabla 43 Información de la empresa: PROMETCOL..... | 96 |
| Tabla 44 Información de la empresa: ALUVIDRIOS..... | 97 |
| Tabla 45 Información de Puertasantander..... | 97 |
| Tabla 46 Comparativa entre empresas de servicios eléctricos..... | 99 |
| Tabla 47 Información de la empresa: CON&RECOL..... | 101 |
| Tabla 48 Información de la empresa: Mantenimiento A&G Servicios..... | 102 |
| Tabla 49 Información del trabajador independiente..... | 103 |
| Tabla 50 Comparativa entre empresas de servicios integrales de mantenimiento locativo..... | 104 |
| Tabla 51: Calificación del servicio recibido por otras empresas..... | 107 |
| Tabla 52: Demanda insatisfecha por servicio..... | 108 |
| Tabla 53: Ventajas de los canales de comercialización..... | 111 |
| Tabla 54: Desventajas de los canales de comercialización..... | 112 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 55 Comparación de precios entre empresas de servicios eléctricos. | 114 |
| Tabla 56 Comparación de precios entre empresas de servicios de albañilería. ... | 115 |
| Tabla 57 Comparación de precios entre empresas de servicios de plomería..... | 116 |
| Tabla 58 Comparación de precios entre empresas de servicios de Carpintería. . | 117 |
| Tabla 59 Comparación de precios entre empresas de servicios de Carpintería metálica. | 118 |
| Tabla 60 Comparación de precios entre empresas de servicios integrales de mantenimiento locativo. | 119 |
| Tabla 61 Ventajas y desventajas de la publicidad televisiva..... | 124 |
| Tabla 62 Ventajas y desventajas de la publicidad radial..... | 125 |
| Tabla 63 Ventajas y desventajas de la publicidad en prensa | 126 |
| Tabla 64 Ventajas y desventajas de la publicidad en internet | 127 |
| Tabla 65 Ventajas y desventajas de la publicidad impresa..... | 128 |
| Tabla 66: Presupuesto de lanzamiento..... | 133 |
| Tabla 67: Presupuesto de operación anual. | 134 |
| Tabla 68: Porcentaje de participación de cada servicio | 138 |
| Tabla 69: Tiempo de realización por servicio en máxima eficiencia | 139 |
| Tabla 70: Tiempo (horas) requerido para realizar 100 servicios | 140 |
| Tabla 71: Capacidad diseñada | 141 |
| Tabla 72: Tiempo de realización por servicio en condiciones normales | 143 |
| Tabla 73: Tiempo (horas) requerido para realizar 100 servicios | 143 |
| Tabla 74: Capacidad instalada..... | 144 |
| Tabla 75: Capacidad utilizada..... | 145 |
| Tabla 76: Proyección de la Capacidad utilizada | 146 |
| Tabla 77 Factores de ponderación | 147 |
| Tabla 78 Grado de disponibilidad de vías de acceso..... | 148 |
| Tabla 79 Grado de disponibilidad de transporte | 148 |
| Tabla 80 Grado de disponibilidad de servicios públicos | 148 |
| Tabla 81 Grado de costos de arrendamiento de las instalaciones..... | 149 |
| Tabla 82 Grado de disponibilidad de la infraestructura | 149 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 83 Grado de costos de servicios públicos..... | 149 |
| Tabla 84 Grado de impacto social | 149 |
| Tabla 85 Grado de proveedores | 150 |
| Tabla 86 Evaluación de los barrios para la micro localización..... | 150 |
| Tabla 87 Ficha técnica del proyecto | 151 |
| Tabla 88 Recurso humano..... | 160 |
| Tabla 89 Maquinaria y equipos del área de producción..... | 161 |
| Tabla 90 Muebles y enseres del área administrativa | 162 |
| Tabla 91: Equipos de oficina del área administrativa..... | 163 |
| Tabla 92 Útiles de oficina (Papelería)..... | 164 |
| Tabla 93 Útiles de aseo | 165 |
| Tabla 94 Proveedores..... | 167 |
| Tabla 95 Distribución de la planta física | 168 |
| Tabla 96 Descripción cargo gerente | 188 |
| Tabla 97 Descripción del cargo del especialista en mantenimiento locativo..... | 191 |
| Tabla 98 Descripción cargo secretaria..... | 193 |
| Tabla 99 Descripción cargo vendedor | 196 |
| Tabla 100 Descripción cargo contador | 198 |
| Tabla 101 Perfil cargo gerente..... | 200 |
| Tabla 102 Perfil cargo especialista en mantenimiento locativo..... | 203 |
| Tabla 103 Perfil cargo secretaria | 205 |
| Tabla 104 Perfil cargo vendedor | 207 |
| Tabla 105 Perfil cargo vendedor | 209 |
| Tabla 106 Factor prestacional para la mano de obra directa | 211 |
| Tabla 107 Estructura salarial mano de obra directa..... | 211 |
| Tabla 108 Factor prestacional personal de administración y ventas..... | 212 |
| Tabla 109 Estructura salarial personal de administración y ventas | 212 |
| Tabla 110: Maquinaria y equipos de producción..... | 214 |
| Tabla 111: Muebles y enseres..... | 215 |
| Tabla 112: Equipos de oficina..... | 216 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 113: Total de inversión fija | 217 |
| Tabla 114: Inversión diferida..... | 217 |
| Tabla 115: Mano de obra directa | 219 |
| Tabla 116: Depreciación de los activos fijos | 220 |
| Tabla 117: Asignación porcentual de la Depreciación | 220 |
| Tabla 118: Asignación de la Depreciación..... | 220 |
| Tabla 119: Prorrateo de Servicios Públicos y Arrendamiento | 222 |
| Tabla 120: Asignación de Servicios Públicos y Arrendamiento | 222 |
| Tabla 121: Total Costos Indirectos | 223 |
| Tabla 122: Total costos de prestación del servicio | 224 |
| Tabla 123: Gastos de Personal Administrativo | 224 |
| Tabla 124: Gastos de Administración | 225 |
| Tabla 125: Gastos de personal de ventas | 226 |
| Tabla 126: Total gastos de administración y ventas | 226 |
| Tabla 127: Gastos financieros | 226 |
| Tabla 128: Total inversión capital de trabajo | 227 |
| Tabla 129: Inversión total..... | 227 |
| Tabla 130: Fuentes de financiación | 228 |
| Tabla 131: Datos de la financiación | 228 |
| Tabla 132: Resumen del crédito | 229 |
| Tabla 133: Amortización del crédito..... | 229 |
| Tabla 134: Costos fijos | 232 |
| Tabla 135: Costos variables | 232 |
| Tabla 136: Costo total..... | 233 |
| Tabla 137: Porcentaje de participación por ingresos | 233 |
| Tabla 138: Costos totales unitarios por servicio..... | 234 |
| Tabla 139: Precio de venta de los servicios..... | 235 |
| Tabla 140: Ingresos totales por servicio en el primer año..... | 235 |
| Tabla 141: Proyección de ingresos por servicios..... | 236 |
| Tabla 142: Proyección de ingresos..... | 237 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 143: Proyección de Egresos | 238 |
| Tabla 144: Estado de Resultados proyectados. | 239 |
| Tabla 145: Flujo de caja proyectado | 241 |
| Tabla 146: Balance general inicial | 244 |
| Tabla 147: Balance general proyectado | 246 |
| Tabla 148: Matriz de impacto ambiental | 252 |
| Tabla 149: Tasa de Descuento | 255 |
| Tabla 150: Flujo de caja libre | 256 |
| Tabla 151: Valor presente neto..... | 258 |
| Tabla 152: Tasa Interna de Retorno – TIR | 258 |
| Tabla 153: Razón corriente..... | 259 |
| Tabla 154: Capital de trabajo | 260 |
| Tabla 155: Nivel de endeudamiento | 260 |
| Tabla 156: Rotación de activos..... | 261 |
| Tabla 157: Margen bruto de ganancia | 261 |
| Tabla 158: Margen neto de utilidad..... | 262 |
| Tabla 159: Total de Costos y gastos..... | 263 |
| Tabla 160: Servicios requeridos para alcanzar el punto de equilibrio. | 264 |

INDICE DE IMAGENES

| | |
|---|-----|
| Imagen 1: Clasificación del sector de servicios..... | 26 |
| Imagen 2: Bucaramanga..... | 28 |
| Imagen 3: Mapa de Bucaramanga estratificado | 30 |
| Imagen 4: Tipos de mantenimientos que realiza la empresa | 38 |
| Imagen 5: Logo ELECTRORIENTE | 76 |
| Imagen 6: Logo Internacional de Eléctricos | 77 |
| Imagen 7: Logo electricista independiente..... | 78 |
| Imagen 8: Logo Ferretería ALDIA | 81 |
| Imagen 9: Logo John Robles Arquitectos | 81 |
| Imagen 10: Logo maestro de construcción independiente..... | 82 |
| Imagen 11: Logo Plomería Atlantis | 86 |
| Imagen 12: Logo AG Plomería..... | 86 |
| Imagen 13: Logo plomero independiente..... | 87 |
| Imagen 14: Logo Modugal | 91 |
| Imagen 15: Logo Madeka | 91 |
| Imagen 16: Logo LH carpintería..... | 92 |
| Imagen 17: Logo PROMETCOL | 96 |
| Imagen 18: Logo Aluvidrios | 96 |
| Imagen 19: Logo Puertasantander..... | 97 |
| Imagen 20: Logo CON&RECOL | 101 |
| Imagen 21: Logo Mantenimiento A&G Servicios..... | 102 |
| Imagen 22: Logo trabajador independiente | 103 |
| Imagen 23: Canal directo..... | 109 |
| Imagen 24: Canal indirecto | 110 |
| Imagen 25: Alternativas de diseño del nombre y logotipo de la empresa | 122 |
| Imagen 26: Logotipo de la empresa..... | 122 |
| Imagen 27: Imagen promocional de la empresa | 131 |
| Imagen 28: Vista de página en Facebook de la empresa | 131 |

Imagen 29: Vista de página en Instagram de la empresa132
Imagen 30: Imagen publicitaria de la empresa130
Imagen 31: Proceso del servicio155
Imagen 32: Distribución de planta física170

INDICE DE GRAFICAS

| | |
|---|-----|
| Gráfica 1: Pirámide poblacional de Bucaramanga..... | 29 |
| Gráfica 2: Personas que contratan con empresas | 46 |
| Gráfica 3: Medios de información del servicio | 48 |
| Gráfica 4: Aspectos para la selección del proveedor | 49 |
| Gráfica 5: Servicios contratados durante el último año..... | 51 |
| Gráfica 6: Media de gastos anuales en servicios eléctricos..... | 52 |
| Gráfica 7: Media de gastos anuales en servicios de albañilería | 53 |
| Gráfica 8: Media de gastos anuales en servicios de plomería | 54 |
| Gráfica 9: Media de gastos anuales en servicios carpintería metálica..... | 55 |
| Gráfica 10: Media de gastos anuales en servicios de carpintería | 56 |
| Gráfica 11: Proveedores de servicios eléctricos | 58 |
| Gráfica 12: Proveedores de servicios de albañilería..... | 59 |
| Gráfica 13: Proveedores de servicios de plomería | 60 |
| Gráfica 14: Proveedores de servicios de carpintería metálica | 61 |
| Gráfica 15: Proveedores de servicios de carpintería | 62 |
| Gráfica 16: Frecuencia de los servicios | 63 |
| Gráfica 17: Tiempo de atención del servicio | 64 |
| Gráfica 18: Forma de pago | 65 |
| Gráfica 19: Posibles servicios adicionales | 67 |
| Gráfica 20: Calificación del servicio recibido por otras empresas | 68 |
| Gráfica 21: Interés por contratar los servicios..... | 69 |
| Gráfica 22: Preferencia de contacto con la empresa | 70 |
| Gráfica 23: Organigrama de la empresa..... | 187 |

GLOSARIO

Algunas de las palabras que se utilizaron en el desarrollo del proyecto son:

Accesorio: Utensilio auxiliar para determinado trabajo o para el funcionamiento de una máquina.

Acción Correctiva: Acción tomada para eliminar las causas de una no conformidad, defecto o cualquier situación indeseable existente, para evitar su repetición.

Acción Preventiva: Acción tomada para eliminar las causas de una no conformidad, defecto o cualquier situación indeseable potencial, con el fin de evitar que se produzca.

Aislamiento: Sistema o dispositivo que impide la transmisión de la electricidad, el calor, el sonido, etc.

Amperímetro: Instrumento que sirve para medir la intensidad de corriente que está circulando por un circuito eléctrico.

Cableado: Conectar, mediante hilos conductores, los diferentes componentes de un aparato.

Circuito eléctrico: Red eléctrica (interconexión de dos o más componentes, tales como resistencias, inductores, capacitores, fuentes, interruptores y semiconductores) que contiene al menos una trayectoria cerrada.

Compatible: Que puede funcionar directamente con otro dispositivo, aparato o programa.

Conexión: Punto donde se realiza el enlace entre aparatos o sistemas.

Conjunto: Elementos que están unidos formando una totalidad.

Control: Regulación, manual o automática, sobre un sistema.

Desajustar: Desigualar, desconcertar una cosa de otra.

Diagnosticar: Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Dispositivo: Mecanismo o artificio dispuesto para producir una acción prevista.

Dispositivo de mando: Dispositivo que permite actuar sobre un mecanismo o aparato para iniciar, suspender o regular su funcionamiento.

Dispositivo de control: Dispositivo que permite regular, manual o automáticamente un sistema.

Dispositivo de señalización: Dispositivo informa de forma visual, sonora, del estado de alguna situación o acontecimiento.

Dispositivo de protección: Dispositivo que permite resguardar a una persona, animal o cosa de un perjuicio o peligro, poniéndole algo encima, rodeándole, etc.

Eléctrico: Que tiene, funciona o comunica electricidad.

Electrónico: Estudio y aplicación del comportamiento de los electrones en diversos medios, como el vacío, los gases y los semiconductores, sometidos a la acción de campos eléctricos y magnéticos.

Especificaciones técnicas: Las especificaciones técnicas son los documentos en los cuales se definen las normas, exigencias y procedimientos a ser empleados y aplicados en todos los trabajos de construcción de obras, elaboración de estudios, fabricación de equipos, etc.

Estrategias de distribución: Toda empresa debe decidir en el marco de su estrategia por qué canales de distribución se venderá el producto o servicio. Las diferentes alternativas son:

- **Exclusiva:** La mayoría de los servicios son realizados a clientes que tienen contrato o suscripción con la empresa. Estos clientes tienen prioridad y mayores descuentos en comparación a otros usuarios.
- **Selectiva:** La empresa se enfoca en realizar servicios a su mercado objetivo. Dando prioridad a clientes con determinado nivel socioeconómico o tipo de empresa.
- **Intensiva:** Tiene como objetivo llegar al mayor número de clientes posibles, por esa razón no prioriza ningún tipo de cliente.

Esquema: Representación gráfica o simbólica de cosas materiales o inmateriales.

Funcional: Se dice de todo aquello en cuyo diseño se ha atendido, sobre todo, a la facilidad, utilidad de su empleo.

Herramientas de propósito general: Martillo, destornillador, metro, taladro, broca, regla, cincel, puntero, sierra, llave fija, alicates, tijeras, llaves Allen, etc.

Hoja de proceso: Indica en qué orden, el tiempo estimado, etc., de los procesos de mantenimiento y reparación.

Hoja de verificación: Indica las operaciones de verificación a realizar aportando las instrucciones precisas para la realización de estas.

Inspección: Se refiere a las labores de revisión y observación realizadas en forma programada y dentro de períodos de tiempo recomendados para cada actividad. Su fin es detectar fallas antes de que estas alcancen un mayor impacto en el desarrollo de las actividades, la detección de este tipo de fallos dará tiempo a corregirlos sin ocasionar perjuicios al desarrollo de las actividades diarias.

Instalar: Colocar en un lugar o edificio los enseres y servicios que en él se hayan de utilizar; como en una fábrica, los conductos de agua, aparatos para la luz, etc.

Libro de mantenimiento: Libro en el cual se documenta las acciones de mantenimiento realizadas.

Mantenimiento: Conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que instalaciones, edificios, industrias, etc., puedan seguir funcionando adecuadamente.

Mantenimiento Correctivo: Conjunto de actividades de mantenimiento realizadas con el objeto de restablecer la función de un equipo después de la identificación o presentación de una falla que afecta las condiciones normales de operación del equipo.

Mantenimiento Preventivo: Conjunto de actividades mantenimiento realizadas a un equipo de conformidad con una planeación y programación y que están orientadas a preservar la función para la cual fue diseñado, velando por la maximización de la confiabilidad, disponibilidad y vida útil del mismo.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO LOCATIVO PARA HOGARES DE BUCARAMANGA*

AUTOR: CALVETE MARTÍNEZ, Edwin Alexander**

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, Integral, Mantenimiento locativo, Reparación, Hogares.

CONTENIDO:

Este proyecto evaluó la viabilidad para la creación de una empresa de servicios de mantenimiento locativo enfocada en los hogares de la ciudad de Bucaramanga. El estudio se enmarca en un paso a paso que demuestra de manera lógica y ordenada la manera como se iniciará y proyectará el modelo de negocio para este emprendimiento.

En primer lugar, se definió un mercado objetivo, cuantificando la demanda insatisfecha en \$12.879.146.465, haciendo atractivo el negocio. Se definieron las características de la competencia, las tarifas y los canales de comercialización. Luego se definió la estrategia de publicidad y promoción, logotipo, eslogan y presupuestos de publicidad de lanzamiento y operación.

La realización del estudio técnico determinó el mejor sitio para la ubicación de la empresa. Se logró calcular las capacidades anuales de operación; siendo la diseñada de 3.424 servicios, la instalada de 2.054 servicios y la utilizada en 1.027 servicios. Se detallaron cantidades y perfiles de los trabajadores requeridos, la descripción del proceso general de prestación del servicio ajustado a especificaciones técnicas. De igual manera se analizaron proveedores y recursos necesarios para la operación.

El estudio administrativo estableció el tipo de sociedad más adecuada, la organización administrativa y la filosofía organizacional, incluyendo misión, visión y demás elementos que la constituyen. Igualmente se realizó un análisis del impacto que se generará en el ámbito ambiental y social, diseñando un plan para mitigar los perjuicios que pueda ocasionar y definiendo políticas empresariales que se implementen en la empresa.

Finalmente, en el estudio financiero se proyectaron indicadores económicos como el balance general, flujo de caja y estado de resultados de la empresa durante los primeros cinco años. Entre estos se determinó la inversión total que se requiere es de \$77.659.894, con un VPN de \$37.826.879, y TIR de 21,9%, resultados que mostraron la viabilidad financiera del proyecto.

* Proyecto de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Cáceres

SUMMARY

DEGREE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A LOCATIVE MAINTENANCE SERVICES COMPANY FOR BUCARAMANGA HOMES *

AUTHOR: CALVETE MARTÍNEZ, Edwin Alexander**

KEY WORDS: Possibility, Integral, Locative maintenance, Reparation, Homes

DESCRIPTION:

This project evaluated the feasibility of creating a locative maintenance services company focused on homes in the city of Bucaramanga. The study is framed in a step by step that demonstrates in a logical and orderly way the way in which the business model for this undertaking will be started and projected.

First, a target market was defined, quantifying unmet demand at \$ 12,879,146,465, making the business attractive. The characteristics of the competition, tariffs and marketing channels were defined. Then the advertising and promotion strategy, logo, slogan and launch and operation advertising budgets were defined.

The completion of the technical study determined the best site for the location of the company. It was possible to calculate the annual operating capacities; being the designed one of 3,424 services, the installed one of 2,054 services and the one used in 1,027 services. Amounts and profiles of the required workers were detailed, along with the description of the general service provision process adjusted to technical specifications. Similarly, suppliers and resources necessary for the operation were analyzed.

The administrative study established the most appropriate type of society, the administrative organization, and the organizational philosophy, including mission, vision and other elements that constitute it. An analysis of the impact that will be generated in the environmental and social sphere was also carried out, designing a plan to mitigate the damages that it may cause and defining business policies that are implemented in the company.

Finally, the financial study projected economic indicators such as the balance sheet, cash flow and income statement of the company during the first five years. Among these, the total investment required was determined to be \$ 77,659,894, with an NPV of \$ 37,826,879, and an IRR of 21.9%, results that showed the financial viability of the project.

* Project Grade

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Cáceres

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado se realizó con el fin de conocer la factibilidad para la creación de una empresa de mantenimiento locativo para los hogares de estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga. Con el fin de satisfacer las necesidades de reparación o mejoras que se presentan las familias en sus residencias, buscando dar soluciones para diferentes áreas como; carpintería, electricidad, albañilería, plomería, entre otros. Lo cual será complementado con valores agregados como; calidad, puntualidad, personal capacitado, seguimiento y garantía postventa.

La idea surgió por la creciente demanda del mercado en este tipo de servicios y resolver la necesidad de los usuarios en agilizar los tiempos de respuesta, lo cual se logra brindando soluciones de manera integral y centralizada a sus problemas de mantenimiento locativo. Los usuarios podrán obtener en una sola empresa todos los servicios de una manera completa, integral, eficaz, rápida y segura que requiere su hogar.

Para el desarrollo del proyecto se empleó como guía la estructura del estudio de factibilidad recomendado por programa de Gestión empresarial de la universidad. El cual busca brindar criterios y herramientas que permitan tomar decisiones acertadas en la formación e inicio de la nueva empresa, lo cual es la base para lograr el crecimiento y estabilidad financiera.

La metodología utilizada para la elaboración del trabajo comprende las siguientes etapas:

En el primer capítulo se abordarán las generalidades del proyecto, que permitieron tener conocimientos sobre el sector económico, contexto geográfico y aspectos legales a tomar en cuenta para la creación y funcionamiento de la empresa.

En el segundo capítulo se desarrolló el estudio de mercados, en donde se definió y caracterizo el servicio y el área de mercado donde se posicionará, para satisfacer el mercado objetivo, estudiando la oferta y demanda actual y futura, los canales de comercialización, los precios y las estrategias de publicidad y promoción, para prever las posibilidades de la puesta en marcha de la empresa.

En el tercer capítulo se expondrá el estudio técnico, el cual determino el tamaño y los márgenes de capacidad en unidades de servicio para dimensionar la empresa en términos de horizontes, ubicando y distribuyendo la oficina de forma que permita abarcar un mayor segmento de mercado, se listaran los recursos humanos, físicos y tecnológicos para correcta prestación del servicio.

En el cuarto capítulo se realizó el estudio administrativo, donde se precisó la forma de constitución de la empresa, su filosofía, y diseño organizacional; además se presenta la descripción de cargos con su descripción, perfil y escala salarial.

En el quinto capítulo se determinó el estudio financiero, en donde se calcularán las necesidades totales de capital, se proyectarán los ingresos y egresos para facilitar el establecimiento de los estados financieros básicos y proyectados a cinco años.

En el último capítulo se evaluó la factibilidad del proyecto, analizando los impactos sociales, ambientales y financiera. Esta última se logra por medio del cálculo del VPN y de la TIR, el periodo de recuperación de la inversión inicial, y un análisis de las razones económicas, hasta calcular el punto de equilibrio de gran importancia y relevancia para el empresario.

1 GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

Las empresas de servicios de mantenimiento locativo y obra civil pertenecen al sector terciario o de servicios. Este sector está asociado, a todas aquellas actividades que agregan valor a un producto o persona, donde se facilita y permite la relación entre los entes económicos y su actividad productiva.

Los servicios son un sector productivo reconocido relativamente hace años. En 1995, la Organización Mundial del Comercio realizó el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), el primer acuerdo comercial multilateral del comercio de servicios, en el que se enmarcaban las normas para llevar a cabo el comercio de servicios en el mundo. En este acuerdo se realizó también la primera clasificación real del sector. (Ver siguiente figura) Este documento se convirtió en la guía para realizar negociaciones multilaterales entre los países miembros (140 países)¹. A partir de este momento, este sector ha tenido un amplio desarrollo y hoy en día es una de las actividades comerciales que más ingresos percibe a nivel mundial.

Se debe mencionar que el consumo de los hogares representa alrededor del 63% del PIB y creció 5% durante el tercer trimestre del 2019². Para que la dinámica actual del crédito de consumo no se constituya en una amenaza de recalentamiento para la economía es preciso mantener un adecuado sistema de valoración del riesgo

¹ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Bases de la agenda regional para el sector de servicios. Pág. 11

² Biblioteca digital Cámara de Comercio de Bogotá. Bases de la agenda regional. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2791/4742_Bases_de_la_Agenda_Regional_para_el_sector_de_Servicios.pdf?sequence=1

para disminuir la vulnerabilidad ante un choque que deteriore la capacidad de pago de los hogares.

Imagen 1: Clasificación del sector de servicios



Fuente: Biblioteca digital Cámara de Comercio de Bogotá³

La prestación de servicios en el mundo se ha venido incrementando durante los últimos años como una de las tendencias que refleja el comportamiento de las

³ Biblioteca digital Cámara de Comercio de Bogotá. Bases de la agenda regional. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2791/4742_Bases_de_la_Agenda_Regional_para_el_sector_de_Servicios.pdf?sequence=1

grandes ciudades. Las actividades de servicios cada día se consolidan como uno de los principales motores de desarrollo, de crecimiento y generación de empleo. Según la Organización Mundial del Comercio, los servicios representan más del 60% de la producción y el empleo mundial y crecen de manera sostenida desde 1980. En Colombia, el sector de servicios ha presentado una tendencia similar a la mundial. En el 2016 el sector representó el 56% de la producción nacional y generó el 62% del empleo, principalmente en los subsectores de servicios comunales, sociales y personales, y de comercio, hoteles y restaurantes.⁴

Dentro del sector de servicios el 25% de estos fueron servicios dentro de los hogares⁵, como reflejo del comportamiento de la ocupación según la actividad económica. Este porcentaje es importante pues se trata de un mercado que ha venido creciendo y que, dadas las condiciones actuales, existen pocas empresas dedicadas a suplir sus necesidades en forma completa, creando una faltante dentro de los hogares y de esta manera una oportunidad de negocio al constituir una empresa dedicada a este servicio y que satisfaga las necesidades que se puedan generar dentro de él.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Durante los últimos meses se ha ratificado el buen ritmo de recuperación en la economía Santandereana. Tras el positivo dato de crecimiento económico del tercer trimestre de 2019 los principales indicadores sectoriales y macroeconómicos han seguido mostrando que la economía crece con un adecuado ritmo en el departamento.

⁴ Ibid., p. 29.

⁵ Ibid., p. 29.

El mayor dinamismo ha continuado reflejándose en las ventas minoristas, las cuales, apoyadas por la fortaleza de la confianza y expectativas de los consumidores, sostienen una expansión por encima del 10%. Esta solidez de la actividad comercial y de los indicadores de confianza y expectativas no solo refleja la fortaleza del avance de la economía, sino que hacen esperar que este se mantenga en los próximos meses. Algo similar indican las cifras laborales, las cuales siguen mostrando mejoría.

Imagen 2: Bucaramanga



Fuente: Colombia travel⁶

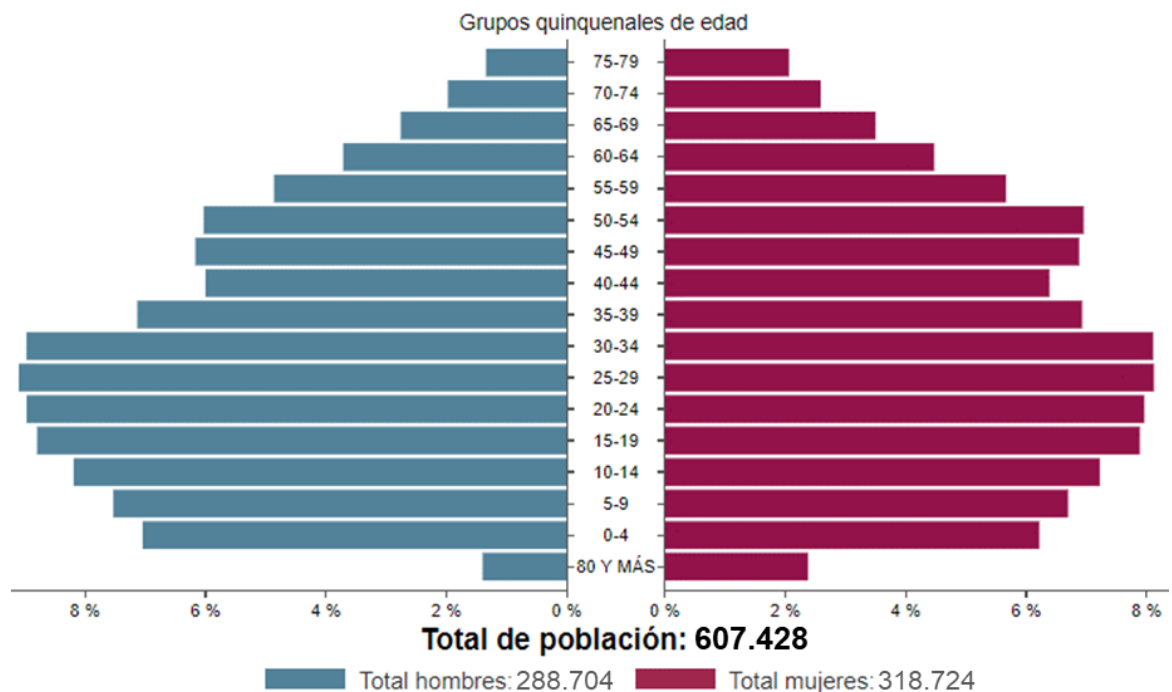
El municipio de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander y es la ciudad núcleo del Área Metropolitana de Bucaramanga, también compuesta por Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Respecto a su extensión, el área del municipio es de 165 km² y se encuentra dividida en 17 comunas, que incluyen 219 barrios y 36 asentamientos urbanos, y en tres corregimientos por 29 veredas y 15 asentamientos rurales⁷.

⁶ Colombia Travel. Bucaramanga [En línea]- Consultado el 20 de junio de 2019. Disponible en: <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/andina/bucaramanga>

⁷ Alcaldía de Bucaramanga. Plan de desarrollo 2020-2023 Bases de la agenda regional. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/la-ruta/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-2020-2023-2.pdf>

Con respecto a la conformación demográfica del municipio, se puede decir que la población total proyectada para Bucaramanga en el año 2020 es de 607.428 habitantes, equivalente al 1,2% del total nacional (DANE, 2018), lo cual ubica a la ciudad como la séptima más populosa del país. De éstos, 597.316 (98,33%) habitan en la zona urbana mientras que 10.112 (1,67%) se ubican en la zona rural, teniendo un promedio de personas por hogar de 3,6 habitantes. Por otro lado, es preciso destacar que el 52,47% (318.724 hab.) corresponde al sexo femenino y el 47,53% restante (288.704 hab.) al masculino⁸.

Gráfica 1: Pirámide poblacional de Bucaramanga.



Fuente: DANE. Proyecciones de población⁹.

También, es importante tener en cuenta el número de predios por cada uno de los estratos del Municipio. La siguiente gráfica, muestra el predominio de los estratos 3

⁸ Alcaldía de Bucaramanga. Op. Cit., p.31.

⁹ DANE. Población proyectada con base al censo de 2005. [En línea] Consultado el 20 de junio de 2019. Disponible en: <https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html>

Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios. Dentro de este sector, se encuentra la comercialización de los productos provenientes de la agricultura, la ganadería y la avicultura, actividades que se desarrollan en zonas fronterizas a este municipio y en el departamento del Cesar, pero su mercadeo y administración se hace en Bucaramanga.

Sobre la dinámica económica, se ha evidenciado una desaceleración en sectores clave como la construcción (-9,2%); sin embargo, el Producto Interno Bruto Departamental – PIB logró crecer a un ritmo del 2,2% en la vigencia 2018. Lo anterior, respaldado por el crecimiento en sectores como servicios (3,0%), industria (4,4%), comercio (4,5%), minas (8,8%) y agropecuario (1,8%) (DANE, 2019)¹².

1.3 ASPECTOS LEGALES

Legalizar la empresa constituye un factor de valor agregado para nuestra sociedad pues trae consigo algunas ventajas como la de generar mayor credibilidad de la empresa, se facilitará el acceso a líneas de crédito, comercialmente habrá mayores posibilidades nacional e internacionalmente, también se tendrá un alto grado de confiabilidad de los servicios prestados.

Las leyes más importantes que se deben cumplir para una empresa de mantenimiento son:

- **Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 Código Sustantivo de Trabajo CST** Conjunto de normas que rige a nivel Nacional, que tiene como finalidad

¹² Alcaldía de Bucaramanga. Op. Cit., p.31.

primordial lograr la justicia en las relaciones que surjan entre empleado y empleador, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

- **Ley 09 de enero 24 de 1979** Ley por la cual se dan a conocer las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana y al medio ambiente, así como la normatividad en salud ocupacional y seguridad industrial.
- **Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989** El empleador y el empleado están obligados a adelantar programas de salud ocupacional, velar por la salud y seguridad de los trabajadores a su cargo y responder por la ejecución del programa permanente de salud ocupacional en los lugares de trabajo.
- **Ley 100 de 1993** Reestructuración del Sistema de Seguridad Social Colombiano. Todo empleador se encuentra obligado a afiliar a sus trabajadores al sistema de seguridad social, para cubrir los riesgos que puedan afectar su salud o sus ingresos”. Haciendo parte del Sistema de Protección Social junto con políticas, normas y procedimientos de protección laboral y asistencia social.
- **Ley 152 de 1994 Plan de Ordenamiento territorial** Norma que define como puede el Municipio hacer uso de su suelo, con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.
- **Decreto 1295 de 1994** Sistema General de Riesgos Profesionales, Pago de los aportes a ARL de acuerdo con la clasificación de riesgos. El empresario y el trabajador conocen instancias nacionales para reclamación. El trabajador, empresario y ARL conocen sus derechos y obligaciones.
- **Artículo 2° Ley 232 de 1995 Matricula Mercantil:** Todo comerciante persona Jurídica o Natural está obligado a matricularse en el registro mercantil ante la respectiva Cámara de Comercio de la ciudad.

- **Ley 222 de 1995.** Por la cual se establece el reglamento de las empresas.
- **Ley 256 de 1996 Competencia desleal** Conjunto de normas que tiene por objeto proteger los intereses diversos, de todos aquellos que participan en el mercado, empresarios y consumidores.
- **Ley 905 de 2004.** Que modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana en su artículo 1°
- **Ley 1014 de 2006** Por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento
- **Ley 1429 de 2010** Ley de formalización y generación de empleo, esta ley permite generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresa.
- **Ley 1562 de 2012** Modifica el Sistema de Riesgos Profesionales Cambia el programa de salud ocupacional por el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo. Afiliación de precooperativa y cooperativa como dependientes. Informe semestral presentado por la ARL de la empresa ante el Ministerio de trabajo y Min protección social.
- **Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT):** Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN. De acuerdo con el Art 571 “Obligados a cumplir los deberes formales. Los contribuyentes o responsables directos del pago del tributo deberán cumplir los deberes formales señalados en la ley o en el reglamento.

- **RUE – Registro Único Empresarial:** El control nacional permite que el registro de nombres de sociedades y establecimientos de comercio sea controlado no solo en la jurisdicción en la cual se realiza su inscripción, sino también a escala nacional. Esta consulta facilita conocer si existen o no otras empresas o establecimientos con el mismo nombre de la empresa que el empresario desea registrar.
- **Código de Comercio: DECRETO 410 DE 1971.**” Por el cual se expide el Código de Comercio Contiene las normas que regulan las relaciones mercantiles entre individuos o empresas”.
- **Estatuto Tributario:** “Normas jurídicas que regulan los impuestos de renta y complementario, timbre, ventas, retención en la fuente, procedimiento administrativo sobre tributos y retenciones. Artículo 555-2. Establece el registro único tributario (RUT)”.

2 ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercados que permita identificar las necesidades del consumidor, demanda, oferta, precios, canales de distribución, publicidad y promoción para una empresa de mantenimiento locativo integral ubicada en la ciudad de Bucaramanga.

2.1.2 Específicos.

- Establecer las características tangibles e intangibles de los servicios de mantenimiento locativo ofertados, buscando satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores.
- Identificar el mercado potencial y objetivo mediante fuentes primarias y secundarias de información para conocer el tamaño del mercado donde pretende incursionar el proyecto.
- Definir la demanda total y efectiva partiendo de los datos del mercado potencial y objetivo a fin de tener claridad el tamaño de clientes que abarcará el proyecto.
- Efectuar el estudio de la oferta mediante el análisis de la información recolectada a través de la observación directa, que permita identificar el comportamiento, estrategias, ventajas y desventajas de las empresas de este sector, así como también las estrategias que implementan para acoger la demanda.

- Definir las estrategias de fijación de precios de los servicios en el mercado, mediante un análisis comparativo de precios de la competencia, a fin de ofrecer un precio altamente competitivo.
- Establecer los canales de comercialización idóneos mediante el análisis de ventajas y desventajas de cada uno de los medios existentes. Con el propósito de seleccionar el canal más eficiente y confiable, que logre satisfacer las expectativas del cliente.
- Diseñar una estrategia de publicidad que permita dar a conocer los servicios ofertados, analizando diversos mecanismos de promoción con el fin de implementar las estrategias publicitarias que causan mayor impacto en el mercado.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del servicio. Actualmente existe un mayor número de personas que viven solas o todos los componentes del hogar deben trabajar. Como resultado, más personas tienen menos tiempo disponible, aunque también hay que resaltar que en las reparaciones locativas estas evolucionan con los materiales los cuales requieren personal idóneo y capacitado que las puedan llevar a cabo sus labores, por tanto, es importante contratar a trabajadores que tengan la experiencia y capacidad para realizar todas estas funciones.

El servicio integral de mantenimiento locativo es una alternativa de solución a la necesidad de reparación o mejoras que se presentan en los hogares, en forma integral, para su cuidado y mantenimiento. Buscando la solución inmediata a las necesidades de los hogares por medio del servicio de reparación de equipos,

mantenimiento y reformas de las estructuras físicas, de una manera personalizada y con personal capacitado, cubriendo las principales necesidades de los clientes.

Por esta razón la idea emprendedora será una empresa dedicada a prestar servicios especializados e integrales de mantenimiento locativo en hogares con actividades como:

- **Albañilería.** Tiene que ver con trabajos civiles o de construcción; como la mampostería, cimentación, acabados, para llegar finalmente a la dotación, como son los sanitarios, closet, cocina, pisos (mampostería, pintura, ornamentación, ventanales, cubiertas, frisos, pisos y techos).
- **Servicios de carpintería.** Mantenimiento, reparación, fabricación o cambios de puertas, ventanas, decoración, muebles y demás productos fabricados con madera.
- **Servicio de Plomería.** Revisión y cambios de tubería, fugas, taponamientos, goteras, humedades, instalaciones sanitarias, incrustaciones e hidráulicas
- **Servicios eléctricos.** Aplicaciones técnicas y de la electricidad en los espacios del hogar, instalaciones eléctricas, revisión de cortos, mantenimiento de tableros, controles, tacos, conexiones de calentadores de agua, conexiones eléctricas, adjudicación o instalación de redes, revisión y mantenimiento de equipos electrónicos del hogar
- **Servicios de carpintería metálica.** Fabricación, mantenimiento o reparación de todos los productos fabricados con acero, hierro, aluminio, cobre, latón, bronce, vidrio o plástico. Algunos de estos son: Pasamanos, cerramientos, puertas, techos, ventanas, entre otros.

Para la prestación de los servicios la empresa contará con una red de expertos y empresas que presten estos servicios quienes serán los encargados de atender la necesidad del hogar.

Los clientes podrán solicitar y programar un servicio para cualquier día de la semana (incluyendo festivos), en un horario entre las 6 am y 10 pm. Las formas de pago que se manejarán son; efectivo y tarjetas de crédito.

Imagen 4: Tipos de mantenimientos que realiza la empresa



Fuente: Imágenes tomadas de Pinterest¹³

2.2.2 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia. Los principales atributos diferenciadores con respecto a la competencia son:

- Centralizar en una sola empresa la prestación de múltiples servicios que respondan a las necesidades de los hogares
- Disponibilidad con el personal en todos los servicios, debidamente capacitados para cubrir con todos los servicios.
- Pólizas de responsabilidad para cada uno de los servicios por medio de un contrato previo con la red prestadora, por los inconvenientes que se lleguen a presentar, con la realización de los trabajos.
- Respaldo de una empresa generando confianza en el cliente.

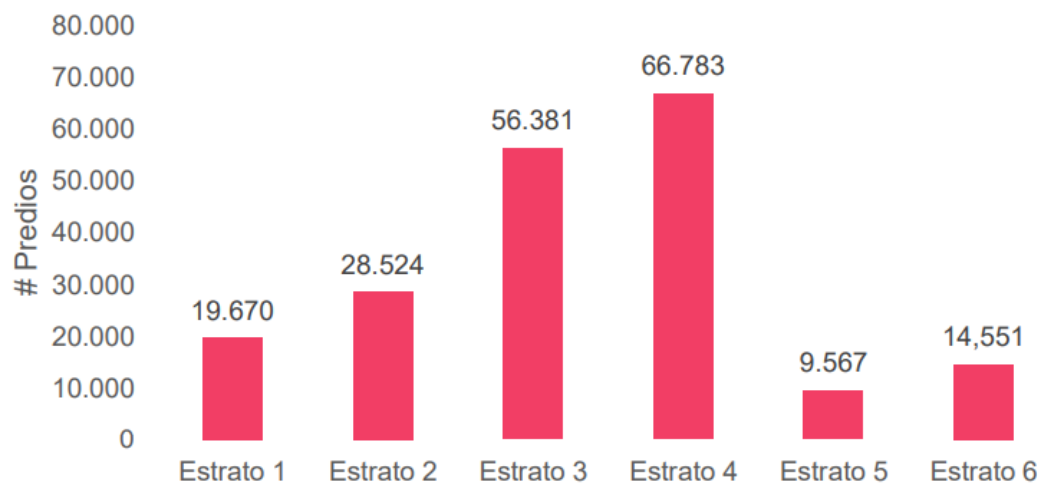
¹³ Pinterest. Mantenimiento locativo. [En línea] Consultado el 7 de junio del 2020. Disponible en: [https://co.pinterest.com/search/pins/?q=mantenimiento&rs=typed&term_meta\[\]=mantenimiento%7Ctyped](https://co.pinterest.com/search/pins/?q=mantenimiento&rs=typed&term_meta[]=mantenimiento%7Ctyped)

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Un mercado potencial se define como un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa decide servir, es por esto por lo que se decidió seleccionar como mercado potencial a todos hogares y empresas de la ciudad de Bucaramanga.

Según la alcaldía de Bucaramanga la población del municipio para el 2020 es determinada en 607.428 habitantes. A esto, la misma entidad estableció que los predios utilizados para vivienda son 195.476¹⁴. Adicionalmente la cantidad de viviendas por estrato se puede observar en la siguiente gráfica.

Gráfica 1. Estratificación urbana (2019)



Fuente: Alcaldía de Bucaramanga. Plan de desarrollo 2020-2023¹⁵

Por lo tanto;

Mercado Potencial = 195.476 hogares

¹⁴ Alcaldía de Bucaramanga. Plan de desarrollo 2020-2023 Bases de la agenda regional. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/la-ruta/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-2020-2023-2.pdf>

¹⁵ Ibid., p. 42.

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo de la empresa son los hogares de la ciudad de Bucaramanga, pertenecientes a estratos 4, 5 y 6, quienes en su mayoría cuentan con recursos económicos para costear los servicios.

Adicionalmente se debe aprovechar las características actuales del mercado, pues actualmente existe un mayor número de personas que viven solas o todos los componentes del hogar deben trabajar. Como resultado, más personas tienen menos tiempo disponible y deben contratar empresas o individuos para que lleven a cabo las tareas que antes realizaban.

Como se observó en el análisis del mercado potencial, según la información suministrada por la alcaldía de Bucaramanga la ciudad cuenta con 90.901 hogares en los estratos 4,5 y 6¹⁶. Los cuales están cuantificados de la siguiente manera:

Tabla 1: Hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga (2020)

| | Hogares |
|--------------|---------------|
| Estrato 4 | 66.783 |
| Estrato 5 | 9.567 |
| Estrato 6 | 14.551 |
| Total | 90.901 |

Fuente: Alcaldía de Bucaramanga, Plan de desarrollo 2020-2023¹⁷

Por lo tanto;

Mercado Objetivo = 90.901 hogares

¹⁶ Ibid., p. 42.

¹⁷ Ibid., p. 42.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda. El propósito del estudio de la demanda es calcular la cantidad de servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para dar solución a sus problemas locativos y de equipos. Dependiendo el costo del servicio, ingreso de los consumidores, la competencia, preferencias del cliente, entre otras.

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados.

Las personas hoy en día se caracterizan por desarrollar múltiples actividades laborales, por lo tanto, no cuentan con el tiempo suficiente para realizar las tareas del hogar. Además, estas tareas en muchas ocasiones traen consigo equipos sofisticados y complejos. Por lo tanto, se requiere de personal cada vez más especializado, esto significa que puede ser muy complejo encontrar personas capacitadas que realicen la labor de manera confiable y con calidad.

Por otra parte, en Bucaramanga los diferentes servicios de mantenimiento preventivo y correctivo son prestados por múltiples proveedores o trabajadores independientes y no están centralizados. Por lo cual, una persona difícilmente encuentra de forma rápida y oportuna quien le pueda brindar una solución a sus necesidades. Adicionalmente los usuarios se ven enfrentados a problemas como; retrasos en los tiempos de entrega, cobro excesivo, accidentes laborales, baja calidad en los trabajos entregados y robos e inseguridad.

Por tal motivo, surge la oportunidad de crear una empresa que centralice los servicios de reparación locativa, que genere confianza y resuelva más fácilmente la necesidad de los hogares de estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga, por lo que se requiere realizar un estudio de mercados para determinar la oferta, la demanda y la viabilidad según el mercado.

2.4.1.2 Necesidades de información.

- La importancia del servicio de mantenimiento y arreglos locativos para los hogares de los estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga.
- Los servicios de mantenimiento y reparación locativos que utilizan las familias en estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga.
- Los servicios de mantenimiento y reparación locativos se contratan con terceros, conocer quién y cómo los contratan en los hogares de Bucaramanga.
- Los inconvenientes que se han presentado en la prestación de los servicios de mantenimiento y reparación locativos.
- La calificación que le dan las familias a los servicios que se encuentran en el mercado actual.
- Los aspectos más importantes en la prestación de los servicios de mantenimiento locativo para las familias.
- El porcentaje de familias a las que se les facilita la utilización de los servicios de mantenimiento y reparación locativos y en cuanto tiempo lo atienden.
- El nivel de aceptación por parte del mercado hacia una nueva empresa que ofrezca servicios integrales de mantenimiento y reparación locativos en Bucaramanga, y cuanto estarían dispuestos a pagar por la afiliación.
- El medio publicitario al que se acude para solucionar una situación locativa o de mantenimiento para el hogar.
- Los medios que actualmente son utilizados para solicitar información, para conocer las expectativas de los clientes y de esta manera utilizar el medio más adecuado para ofrecer el servicio.

2.4.1.3 Ficha Técnica

| | |
|-------------------------|---|
| Tipo de investigación | <p>Los tipos de investigación utilizados en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de mantenimiento locativo son:</p> <ul style="list-style-type: none">• La investigación exploratoria, por medio de la toma de datos para aplicar al estudio de mercados con el fin de conocer las preferencias e inclinaciones del cliente ante el producto.• La investigación descriptiva, para determinar las variables a investigar y fijar el vínculo entre ellas con el objetivo de establecer una valoración viable para desarrollar la factibilidad. |
| Método de investigación | <p>Los métodos por medio del cual se obtendrá el conocimiento de la investigación corresponden al análisis deductivo de los hechos o fenómenos presentes en la población objeto de estudio identificando rasgos característicos de la población con respecto a la utilización de este tipo de servicio, lo cual permitirá obtener los objetivos propuestos.</p> |
| Fuentes de información | <p>Primarias: Se obtendrán de la aplicación de una encuesta directa a la muestra de mercado objetivo del emprendimiento, los cuales están compuestos por los hogares de estratos 4,5 y 6.</p> |

| | Secundarias: Datos obtenidos del DANE, secretaria de planeación municipal de Bucaramanga, Cámara de comercio, acueducto, electrificadora, trabajos de grado y revistas especializadas. | | | | | | | | | | |
|--|---|--|---------|-----------|--------|-----------|-------|-----------|--------|-------|--------|
| Técnicas de investigación | Aplicación de encuestas la cual se aplicará a la población objeto de estudio mediante la técnica de muestreo aleatorio | | | | | | | | | | |
| Instrumento para la recolección de información | Por medio de un cuestionario estructurado que se aplicará a la población objeto de estudio. | | | | | | | | | | |
| Modo de aplicación | Directa | | | | | | | | | | |
| Definición de población (elemento, unidad de muestreo) | <p>Población: Los hogares de estrato 4, 5 y 6 de Bucaramanga. Los cuales están cuantificados de la siguiente manera:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Hogares</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Estrato 4</td> <td>66.783</td> </tr> <tr> <td>Estrato 5</td> <td>9.567</td> </tr> <tr> <td>Estrato 6</td> <td>14.551</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>90.901</td> </tr> </tbody> </table> <p>Elemento: El hogar</p> <p>Unidad muestral: La encuesta se realizará a la persona encargada económicamente del hogar</p> | | Hogares | Estrato 4 | 66.783 | Estrato 5 | 9.567 | Estrato 6 | 14.551 | Total | 90.901 |
| | Hogares | | | | | | | | | | |
| Estrato 4 | 66.783 | | | | | | | | | | |
| Estrato 5 | 9.567 | | | | | | | | | | |
| Estrato 6 | 14.551 | | | | | | | | | | |
| Total | 90.901 | | | | | | | | | | |

| | |
|----------------------|---|
| Proceso de muestreo | <p>Para calcular el tamaño de la muestra, se considera un muestreo tipo probabilístico y aleatorio simple, aplicando la siguiente expresión matemática:</p> $n = \frac{N * p * q * z^2}{Z^2 * p * q + e^2(N - 1)}$ <p>Donde: n= Tamaño de la muestra N= Población objetivo p= probabilidad a favor = 50% q= probabilidad en contra = 50% e= Margen de error estimado = 5% Nivel de confiabilidad = 95%; Z=1,96</p> <p>Entonces;</p> $n = \frac{90901 * 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + 0,05^2(90901 - 1)}$ $n = 384$ <p>Se realizará un total de 384 encuestas para determinar las distintas variables que permitirán definir los diferentes parámetros del mercado.</p> |
| Alcance | Municipio de Bucaramanga, ubicado en el departamento de Santander, Colombia. |
| Tiempo de aplicación | El tiempo utilizado para realizar las entrevistas será en la última semana del mes de octubre del 2019. |

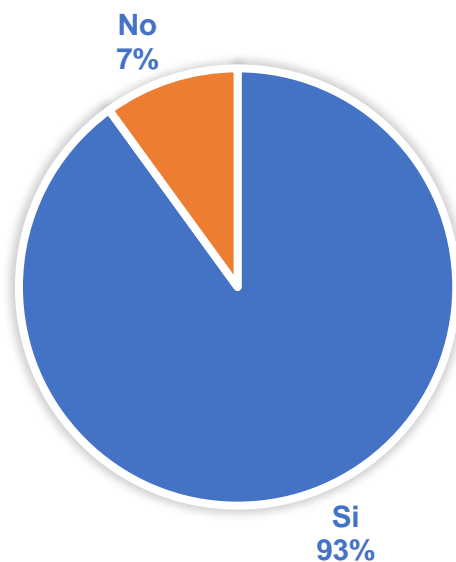
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación, se muestran los resultados y tabulación obtenida de la prueba realizada a 384 personas de los estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga. El cuestionario proporciono datos sobre las características del mercado al cual el proyecto va dirigido, estos ayudarán a establecer las estrategias que se implementarán con el objetivo de asegurar la viabilidad de la empresa.

Pregunta 1: ¿Actualmente usted contrata una empresa externa para realizar Mantenimiento y reparaciones locativas a su hogar (plomería, albañilería, electricidad, carpintería, entre otros)?

Tabla 2: Personas que contratan con empresas

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Si | 359 | 93% |
| No | 25 | 7% |
| Total | 384 | 100% |

Gráfica 2: Personas que contratan con empresas



De los resultados, se puede observar que el 90% de los hogares de estrato 4, 5 y 6 de Bucaramanga actualmente utilizan una persona o empresa externa para realizar los mantenimientos o reparaciones locativas que requieran en su hogar. Esto nos muestra el amplio mercado que puede llegar a cubrir el proyecto.

Se debe mencionar que para las siguientes preguntas no se tomaron en cuenta las personas que no utilizan servicios externos para realizar los mantenimientos de su hogar.

Pregunta 2: ¿Cuándo usted requiere una reparación locativa, a través de que medio accede a un proveedor que atienda estas necesidades?

Tabla 3: Medios de información del servicio

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Referidos por algún familiar o conocido | 138 | 38% |
| Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) | 107 | 30% |
| Páginas de Internet (YouTube, MercadoLibre, OLX, etc.) | 62 | 17% |
| Radio, televisión o prensa | 34 | 9% |
| Volantes o avisos publicitarios físicos | 18 | 5% |
| Total | 359 | 100% |

La tabulación de la prueba muestra que el 38% de los hogares de estrato 4, 5 y 6 de Bucaramanga prefieren contratar personas o empresas referenciadas por un familiar o conocido, debido a que pueden obtener una opinión sobre la calidad y confianza del proveedor. La facilidad de buscar diferentes servicios y productos por medio del internet hace que la gente utilice las redes sociales (30% del mercado objetivo) o diferentes páginas de internet (17%) para contratar a un proveedor. El 9% contratan a las empresas que manejan publicidad por medios de comunicación. Y solo el 5% toma en cuenta la publicidad dada por medio de volantes, folletos o avisos publicitarios físicos recibidos.

Gráfica 3: Medios de información del servicio



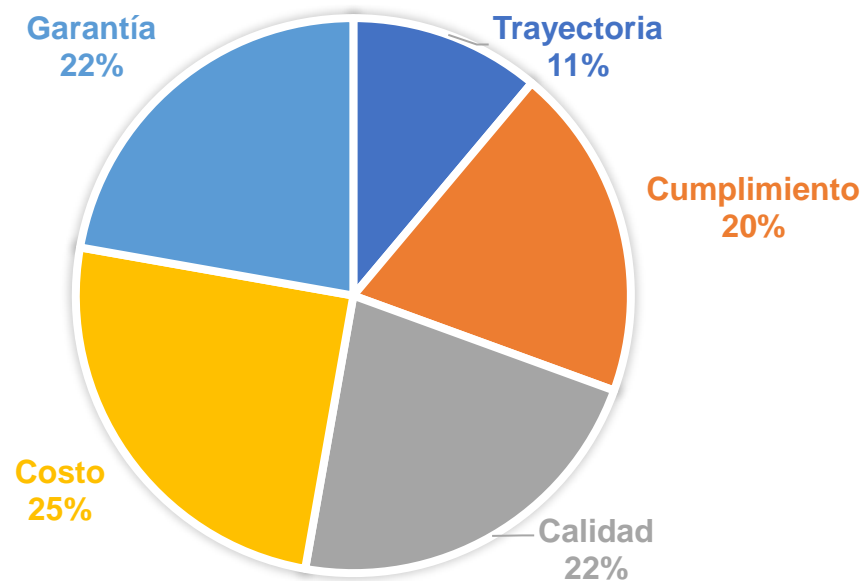
Se puede concluir que la empresa debe utilizar en primer lugar las redes sociales como medio de publicidad y así impulsar las ventas. Se debe mencionar que la referenciación o publicidad boca a boca se obtiene con la fidelización de los clientes, lo cual solo sucederá después de tener una trayectoria mínima. También se pudo evidenciar que los volantes y avisos publicitarios físicos en la actualidad tienen poca efectividad en el momento de captar clientes.

Pregunta 3: ¿Cuál es el aspecto más importante para escoger el proveedor de servicios de mantenimiento y reparaciones locativas?

Tabla 4: Aspectos para la selección del proveedor

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Trayectoria | 41 | 11% |
| Cumplimiento | 71 | 20% |
| Calidad | 79 | 22% |
| Costo | 90 | 25% |
| Garantía | 78 | 22% |
| Total | 359 | 100% |

Gráfica 4: Aspectos para la selección del proveedor



En el momento de contratar a un proveedor de mantenimiento, el 25% de los hogares de estrato 4, 5 y 6 de Bucaramanga dan como prioridad el valor total del trabajo, el 22% a la calidad del servicio, el 22% la garantía ofrecida por el trabajo, el 20% al cumplimiento de las fechas de entrega pactadas inicialmente y el 11% a la trayectoria o años de funcionamiento de la empresa.

Aunque el valor agregado de la empresa no son sus bajos costos, si esta enfoca a ofrecer calidad, cumplimiento y garantía, por lo cual se puede lograr una captación del 64% del mercado.

Pregunta 4: En el último año, ¿Cuáles de los siguientes servicios ha requerido y cuánto dinero pago por la mano de obra de estos?

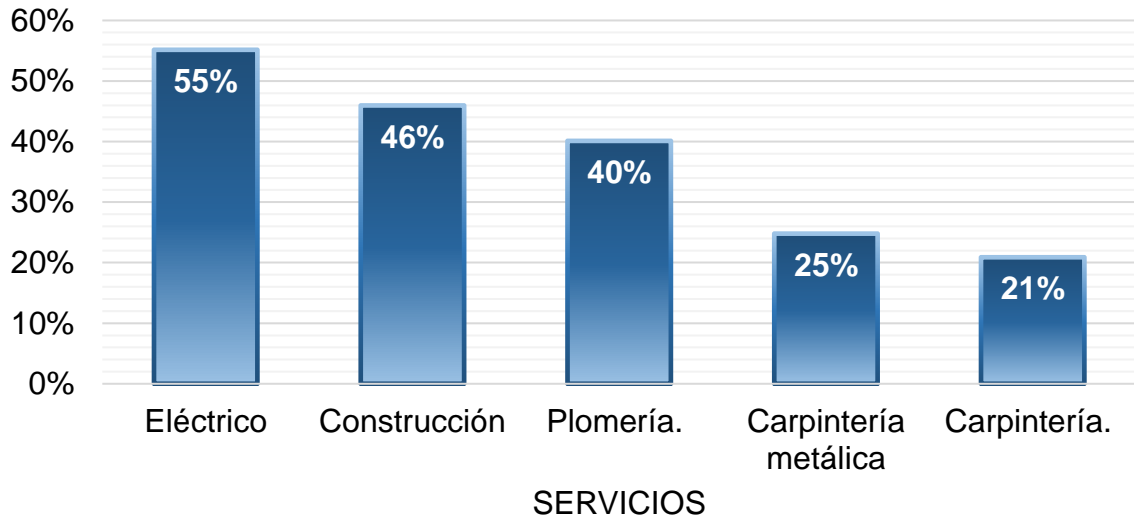
De los datos recolectados, en primer lugar, se pueden identificar los servicios contratados con mayor frecuencia, como se puede ver a continuación:

Tabla 5: Servicios contratados durante el último año

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|------------|
| Servicios eléctricos. | 198 | 55% |
| Servicios de albañilería | 165 | 46% |
| Servicios de plomería. | 144 | 40% |
| Servicios de carpintería metálica | 89 | 25% |
| Servicios de carpintería | 75 | 21% |

Aunque la empresa ofrecerá todos los servicios, el anterior resultado es un buen indicador sobre qué servicios se debe enfocar la publicidad de penetración del mercado, la cual en primer lugar deberá ser sobre los servicios de eléctricos.

Gráfica 5: Servicios contratados durante el último año



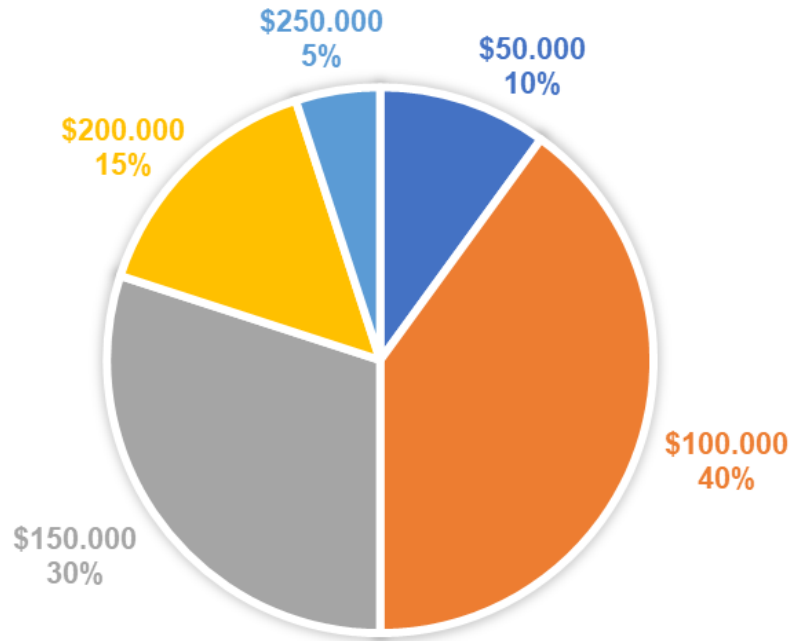
Adicionalmente se procede a analizar los datos recolectados sobre el dinero anual gastado por los hogares en cada servicio.

➤ **Servicios eléctricos**

Tabla 6: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios eléctricos

| Servicios Eléctricos | | | | | |
|-----------------------|-----------|------------|-----------------------|-----------|--------------------|
| Dinero Pagado | | | Servicios solicitados | | Promedio ponderado |
| Rango | Media | Frecuencia | Porcentaje | | |
| \$25.000 - \$75.000 | \$50.000 | 20 | 10% | \$5.051 | |
| \$75.000 - \$125.000 | \$100.000 | 79 | 40% | \$39.899 | |
| \$125.000 - \$175.000 | \$150.000 | 60 | 30% | \$45.455 | |
| \$175.000 - \$225.000 | \$200.000 | 30 | 15% | \$30.303 | |
| Más de \$225.000 | \$250.000 | 9 | 5% | \$11.364 | |
| Total | | 198 | 100% | \$132.071 | |

Gráfica 6: Media de gastos anuales en servicios eléctricos

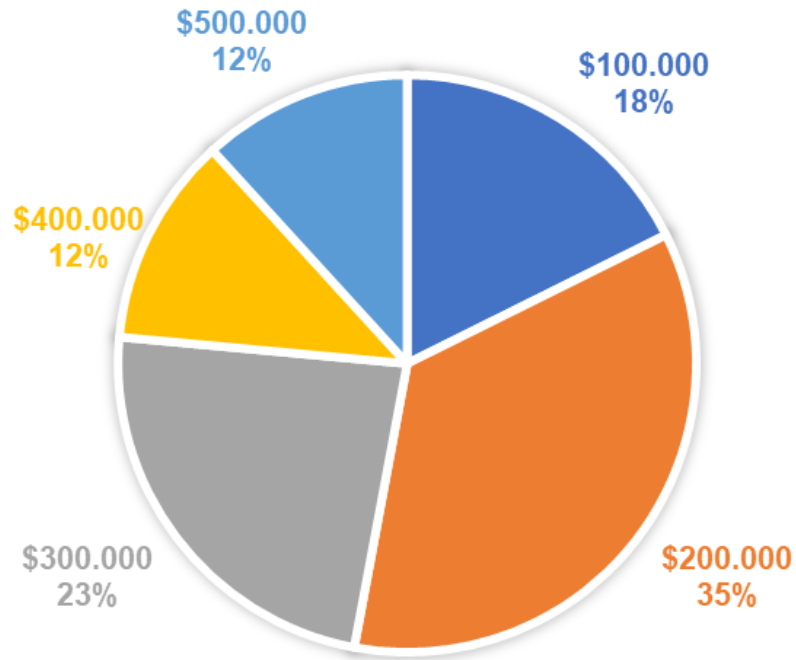


➤ **Servicios de albañilería**

Tabla 7: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de albañilería

| Servicios de albañilería | | | | | |
|--------------------------|-----------|-----------------------|------------|-----------|--------------------|
| Dinero Pagado | | Servicios solicitados | | | Promedio ponderado |
| Rango | Media | Frecuencia | Porcentaje | | |
| \$50.000 - \$150.000 | \$100.000 | 30 | 18% | \$18.182 | |
| \$150.000 - \$250.000 | \$200.000 | 58 | 35% | \$70.303 | |
| \$250.000 - \$350.000 | \$300.000 | 38 | 23% | \$69.091 | |
| \$350.000 - \$450.000 | \$400.000 | 20 | 12% | \$48.485 | |
| Más de \$450.000 | \$500.000 | 19 | 12% | \$57.576 | |
| Total | | 165 | 100% | \$263.636 | |

Gráfica 7: Media de gastos anuales en servicios de albañilería

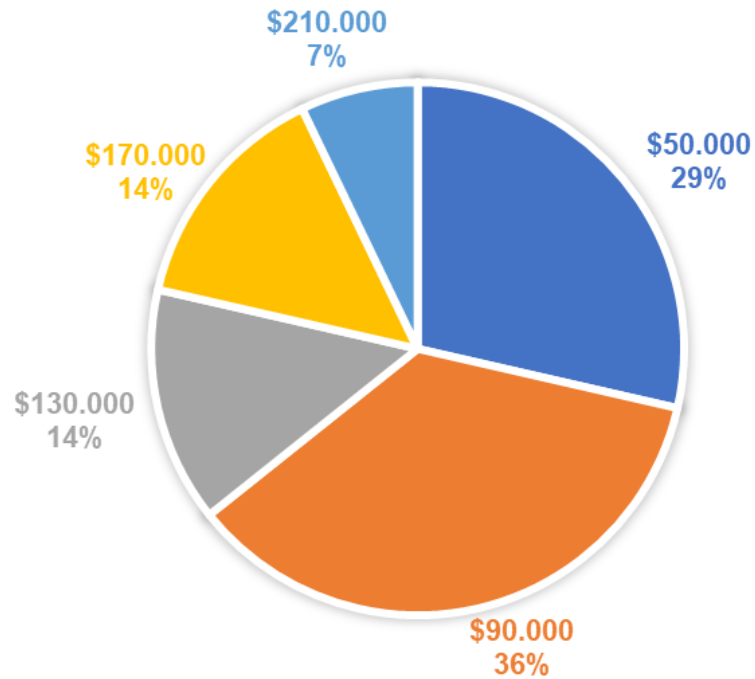


➤ **Servicios de plomería**

Tabla 8: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de plomería

| Servicios de plomería | | | | | |
|-----------------------|-----------|-----------------------|------------|--------------------|--|
| Dinero Pagado | | Servicios solicitados | | Promedio ponderado | |
| Rango | Media | Frecuencia | Porcentaje | | |
| \$30.000 - \$70.000 | \$50.000 | 42 | 29% | \$14.286 | |
| \$70.000 - \$110.000 | \$90.000 | 52 | 36% | \$32.143 | |
| \$110.000 - \$150.000 | \$130.000 | 20 | 14% | \$18.571 | |
| \$150.000 - \$190.000 | \$170.000 | 20 | 14% | \$24.286 | |
| Más de \$190.000 | \$210.000 | 10 | 7% | \$15.000 | |
| Total | | 144 | 100% | \$104.286 | |

Gráfica 8: Media de gastos anuales en servicios de plomería

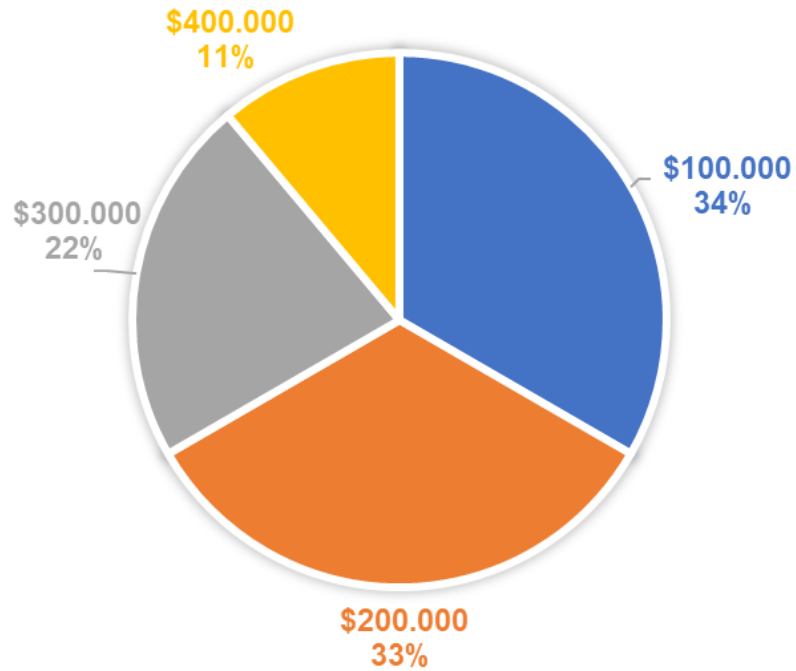


➤ **Servicios de carpintería metálica**

Tabla 9: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de carpintería metálica

| Servicios de carpintería metálica | | | | | |
|-----------------------------------|-----------|-----------------------|------------|-----------|--------------------|
| Dinero Pagado | | Servicios solicitados | | | Promedio ponderado |
| Rango | Media | Frecuencia | Porcentaje | | |
| \$50.000 - \$150.000 | \$100.000 | 30 | 34% | \$33.708 | |
| \$150.000 - \$250.000 | \$200.000 | 29 | 33% | \$65.159 | |
| \$250.000 - \$350.000 | \$300.000 | 20 | 22% | \$67.716 | |
| Más de \$350.000 | \$400.000 | 10 | 11% | \$44.944 | |
| Total | | 89 | 100% | \$211.236 | |

Gráfica 9: Media de gastos anuales en servicios carpintería metálica

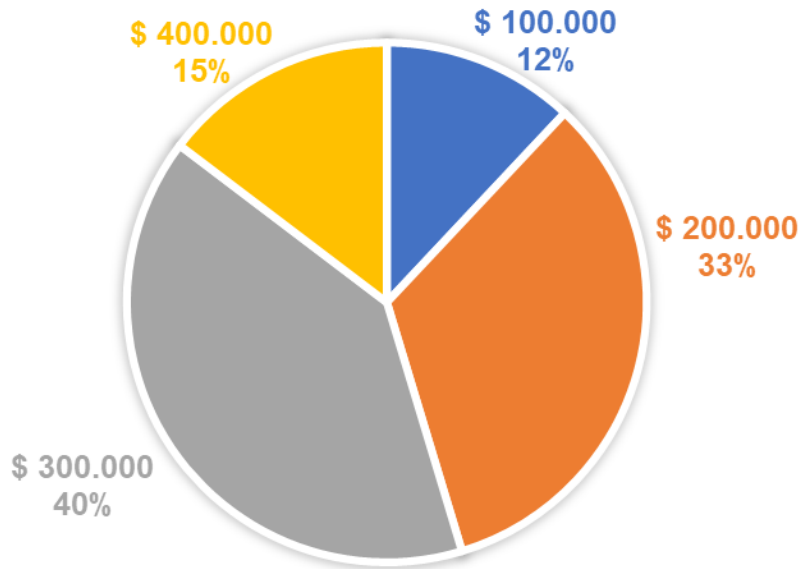


➤ **Servicios de carpintería**

Tabla 10: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de carpintería

| Servicios de carpintería | | | | | |
|--------------------------|------------|-----------------------|------------|------------|--------------------|
| Dinero Pagado | | Servicios solicitados | | | Promedio ponderado |
| Rango | Media | Frecuencia | Porcentaje | | |
| \$ 50.000 - \$ 150.000 | \$ 100.000 | 9 | 12% | \$ 12.000 | |
| \$ 150.000 - \$ 250.000 | \$ 200.000 | 25 | 33% | \$ 66.667 | |
| \$ 250.000 - \$ 350.000 | \$ 300.000 | 30 | 40% | \$ 120.000 | |
| Más de \$ 450.000 | \$ 400.000 | 11 | 15% | \$ 58.667 | |
| Total | | 75 | 100% | \$ 257.333 | |

Gráfica 10: Media de gastos anuales en servicios de carpintería



En la siguiente tabla se puede observar una recopilación de los gastos anuales (promedio ponderado) que tienen el mercado objetivo en los diferentes servicios de mantenimiento locativo que ofrecerá la empresa.

Tabla 11: Promedio ponderado de gastos anuales en servicios de mantenimiento

| Tipo de servicio | Porcentaje de Servicios | Gasto anual |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------|
| Servicios eléctricos. | 30% | \$132.500 |
| Servicios de construcción | 25% | \$264.706 |
| Servicios de plomería. | 21% | \$104.286 |
| Servicios de carpintería metálica | 13% | \$211.111 |
| Servicios de carpintería. | 11% | \$ 257.333 |

La información anteriormente expuesta es fundamental para determinar la demanda actual para cada uno de los servicios ofrecidos, y poder determinar la viabilidad de cada uno de estos. Aunque se debe tomar en cuenta que los servicios que menos contratación tienen (como la carpintería) son los que mayores ingresos pueden generar.

Pregunta 5: ¿Cuál fue la empresa o trabajador independiente que contrato para realizar los servicios anteriormente mencionados (Albañilería, electricidad, plomería, carpintería y carpintería metálica)? (Pregunta abierta)

Con las respuestas recolectadas en la encuesta se pudo conocer algunas de las empresas o trabajadores independientes que realizan alguno o varios de los servicios que se ofrecerán. Esta información es importante para realizar la investigación y análisis de la competencia, para luego crear elementos diferenciadores y valores agregados.

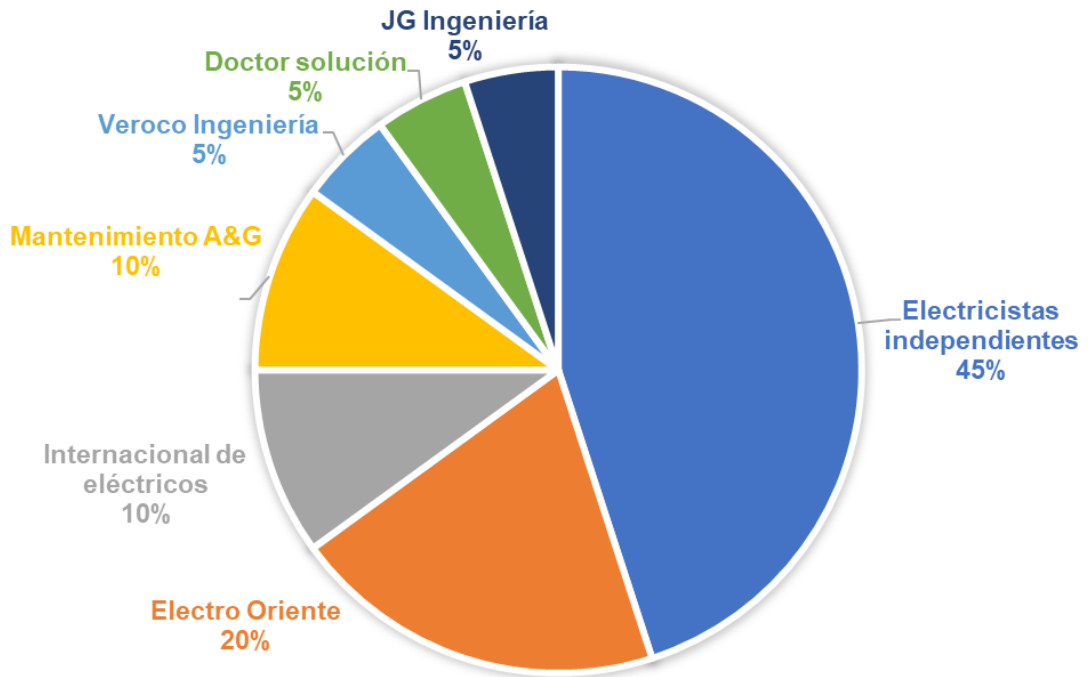
Se debe mencionar que, debido a la gran diversidad de respuestas, para la tabulación de los resultados se agrupó a los trabajadores independientes en un solo ítem. A continuación, se podrá observar la representación de la información obtenida para cada uno de los servicios analizados.

➤ **Proveedores de Servicios eléctricos**

Tabla 12: Proveedores de servicios eléctricos

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|------------|
| Electricistas independientes | 9 | 45% |
| Electro Oriente | 4 | 20% |
| Internacional de eléctricos | 2 | 10% |
| Mantenimiento A&G | 2 | 10% |
| Veroco Ingeniería | 1 | 5% |
| Doctor solución | 1 | 5% |
| JG Ingeniería | 1 | 5% |
| Total | 20 | 100% |

Gráfica 11: Proveedores de servicios eléctricos



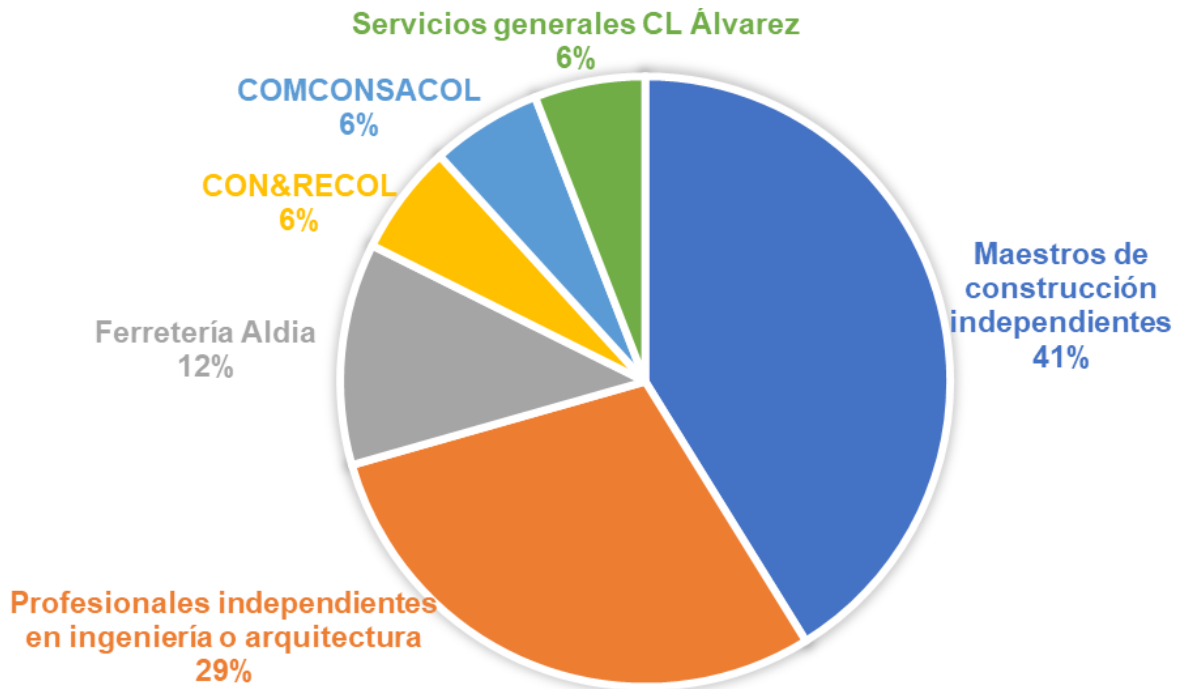
En la información obtenida puede evidenciar que la población objetivo prefiere contratar trabajadores independientes para realizar trabajos eléctricos en su hogar, cubriendo el 45% del mercado.

➤ **Proveedores de Servicios de albañilería**

Tabla 13: Proveedores de servicios de albañilería

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Maestros de construcción independientes | 7 | 41% |
| Profesionales independientes en ingeniería o arquitectura | 5 | 29% |
| Ferretería ALDÍA | 2 | 12% |
| CON&RECOL | 1 | 6% |
| COMCONSACOL | 1 | 6% |
| Servicios generales CL Álvarez | 1 | 6% |
| Total | 17 | 100% |

Gráfica 12: Proveedores de servicios de albañilería



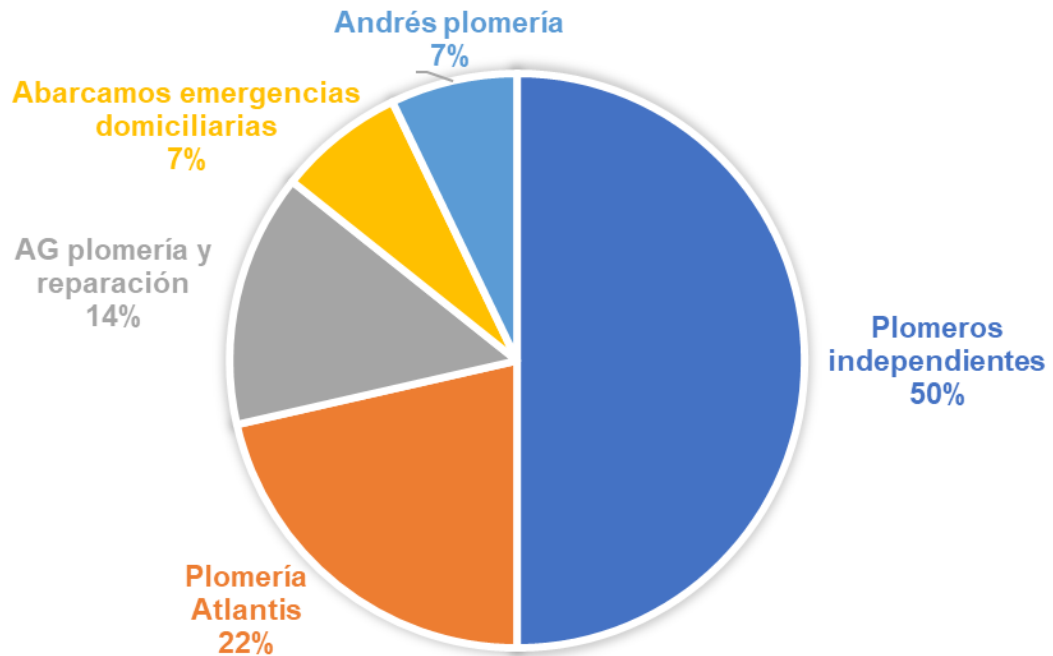
De la anterior tabla se puede evidenciar que, para los servicios de albañilería y construcción, el mercado objetivo prefiere contratar a maestros de obra o profesionales independientes, cubriendo el 70% del mercado.

➤ **Proveedores Servicios de plomería**

Tabla 14: Proveedores de servicios de plomería

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Plomeros independientes | 7 | 50% |
| Plomería Atlantis | 3 | 21% |
| AG plomería y reparación | 2 | 14% |
| Andrés plomería | 1 | 7% |
| Abarcamos emergencias domiciliarias | 1 | 7% |
| Total | 14 | 100% |

Gráfica 13: Proveedores de servicios de plomería



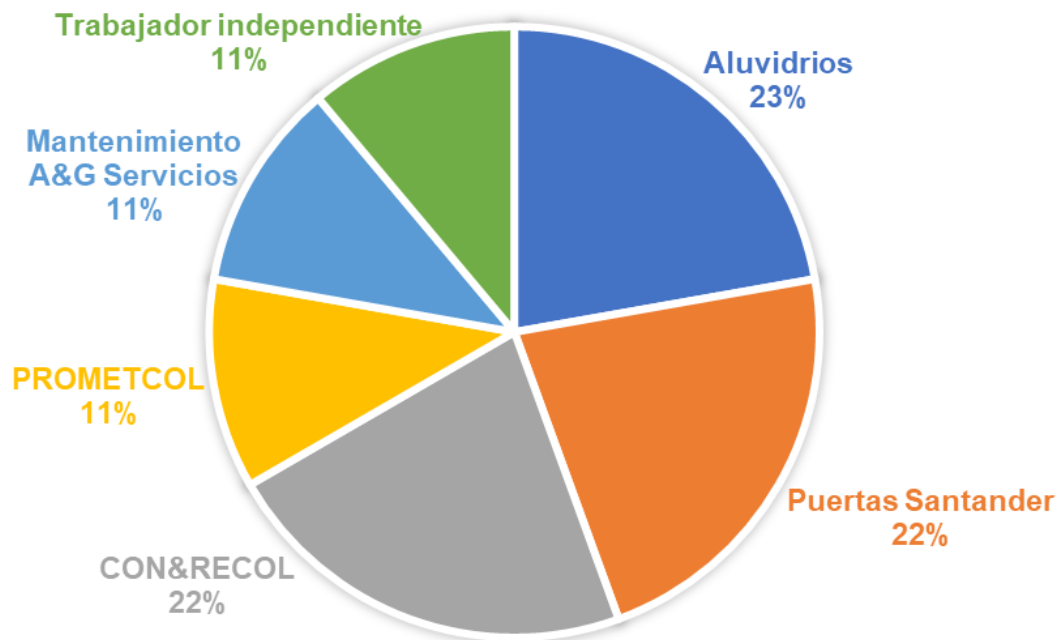
Al igual que en los anteriores servicios, para los trabajos de plomería, los hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga prefiere contratar trabajadores independientes, cubriendo el 50% del mercado.

➤ **Proveedores de Servicios de carpintería metálica**

Tabla 15: Proveedores de servicios de carpintería metálica

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Aluvidrios | 2 | 22% |
| Puertas Santander | 2 | 22% |
| CON&RECOL | 2 | 22% |
| PROMETCOL | 1 | 11% |
| Mantenimiento A&G Servicios | 1 | 11% |
| Trabajador independiente | 1 | 11% |
| Total | 9 | 100% |

Gráfica 14: Proveedores de servicios de carpintería metálica



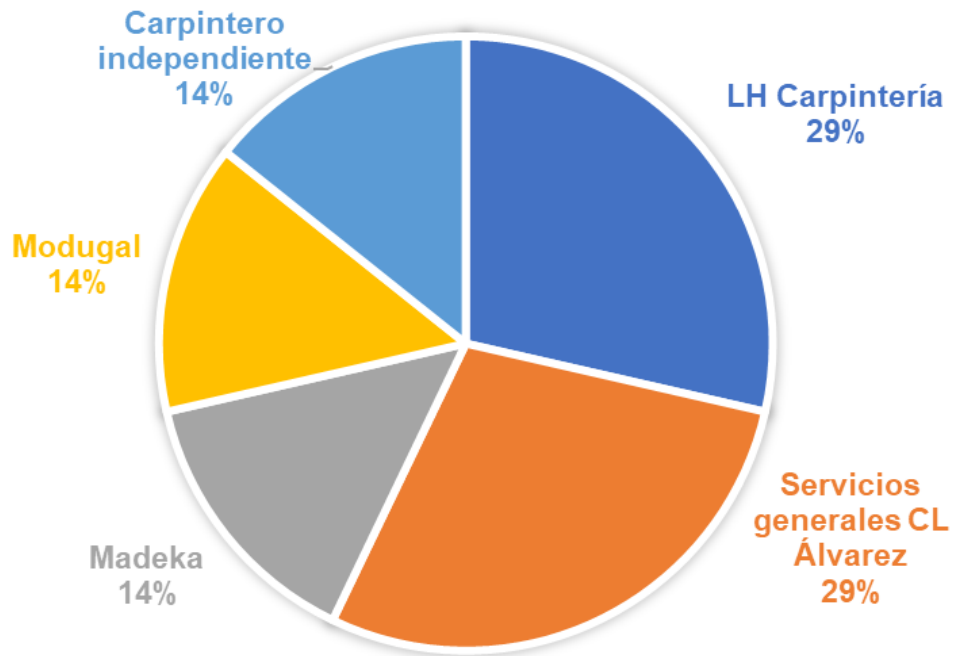
A diferencia de los anteriores servicios, en los trabajos de carpintería metálica, la población objetivo prefiere contratar empresas reconocidas en la región, en vez de trabajadores independientes, los cuales solo cubren el 11% del mercado.

➤ **Proveedores de Servicios de carpintería**

Tabla 16: Proveedores de servicios de carpintería

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|-------------|
| LH Carpintería | 2 | 29% |
| Servicios generales CL Álvarez | 2 | 29% |
| Madeka | 1 | 14% |
| Modugal | 1 | 14% |
| Carpintero independiente | 1 | 14% |
| Total | 7 | 100% |

Gráfica 15: Proveedores de servicios de carpintería



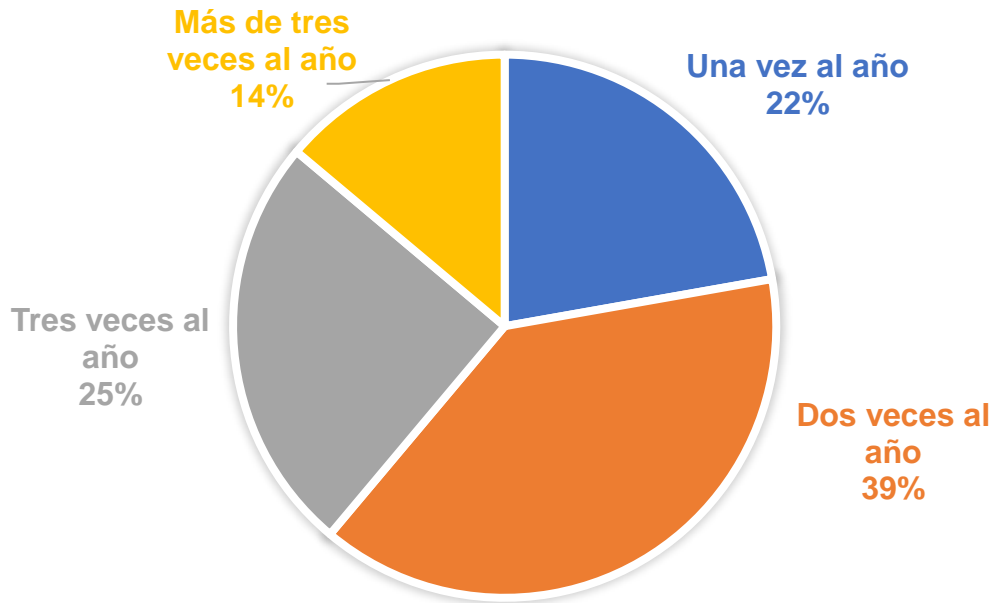
En los servicios de carpintería (productos de madera) el mercado objetivo también prefiere contratar con empresas, en vez de carpinteros independientes, los cuales solo cubren el 14% del mercado.

Pregunta 6: ¿Cada cuánto usted requiere de alguno de los servicios mencionados anteriormente?

Tabla 17: Frecuencia de los servicios

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje | Promedio ponderado |
|--------------------------|------------|------------|--------------------|
| Una vez al año | 8 | 22% | 0,22 |
| Dos veces al año | 14 | 39% | 0,78 |
| Tres veces al año | 9 | 25% | 0,75 |
| Más de tres veces al año | 5 | 14% | 0,56 |
| Total | 36 | 100% | 2,31 |

Gráfica 16: Frecuencia de los servicios



Los resultados muestran que el 39% de los hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga han requerido alguno de los servicios ofrecidos, al menos dos veces al año, seguido del 25% que lo han requerido al menos tres veces en un año. También se puede evidenciar que tan solo el 14% de las personas han requerido los servicios más de tres veces en un año.

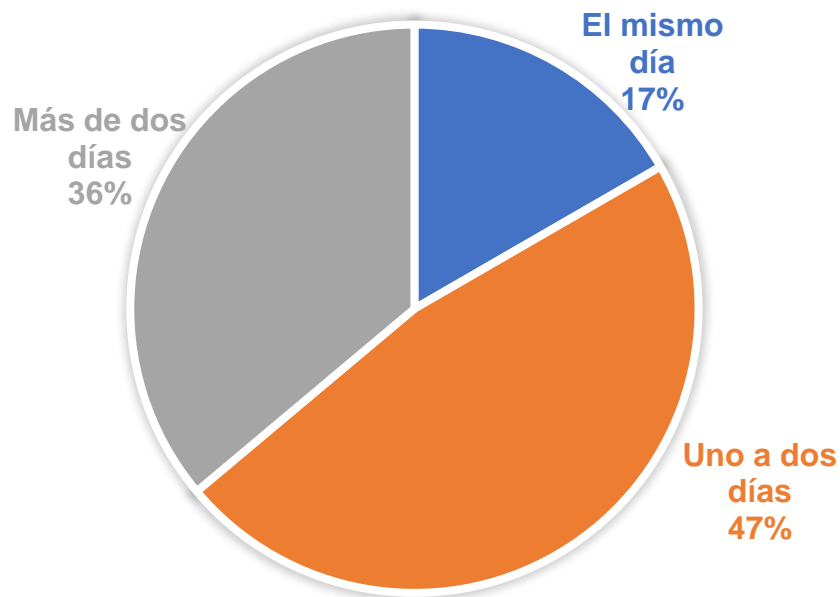
Adicionalmente el promedio ponderado de los datos recolectados muestra que la frecuencia general es de 2,31 servicios por año. Esta información es relevante para determinar la demanda total de la empresa.

Pregunta 7: ¿Cuándo usted solicita un servicio de mantenimiento en cuánto tiempo lo atienden?

Tabla 18: Tiempo de atención del servicio

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| El mismo día | 6 | 17% |
| Uno a dos días | 17 | 47% |
| Más de dos días | 13 | 36% |
| Total | 36 | 100% |

Gráfica 17: Tiempo de atención del servicio



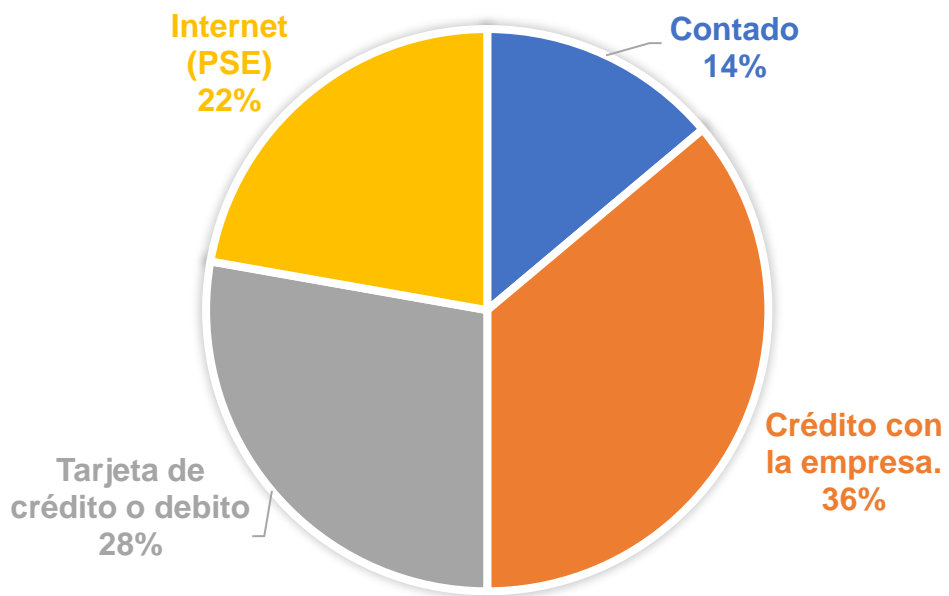
Se puede observar que el 36% de los servicios recibidos son atendidos entre uno y dos días después de haberlos solicitado, el 36% en más de dos días y solo el 17% el mismo día. Esto muestra que el tiempo de respuesta de la empresa no puede superar los dos días, debido a que sería una debilidad al ser comparada con la competencia.

Pregunta 8: ¿Qué forma de pago prefiere para cancelar el costo del servicio?

Tabla 19: Forma de pago

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|------------|
| Contado | 5 | 14% |
| Crédito con la empresa. | 13 | 36% |
| Tarjeta de crédito o debito | 10 | 28% |
| Internet (PSE) | 8 | 22% |
| Total | 36 | 100% |

Gráfica 18: Forma de pago



De la información obtenida se puede observar que el 36% de los clientes preferirían tener un sistema de crédito para pagar los servicios requeridos, el 28% les gustaría pagar con tarjeta débito o crédito (por medio de datafono), el 22% les interesa poder pagar por internet y solo el 14% pagar de contado.

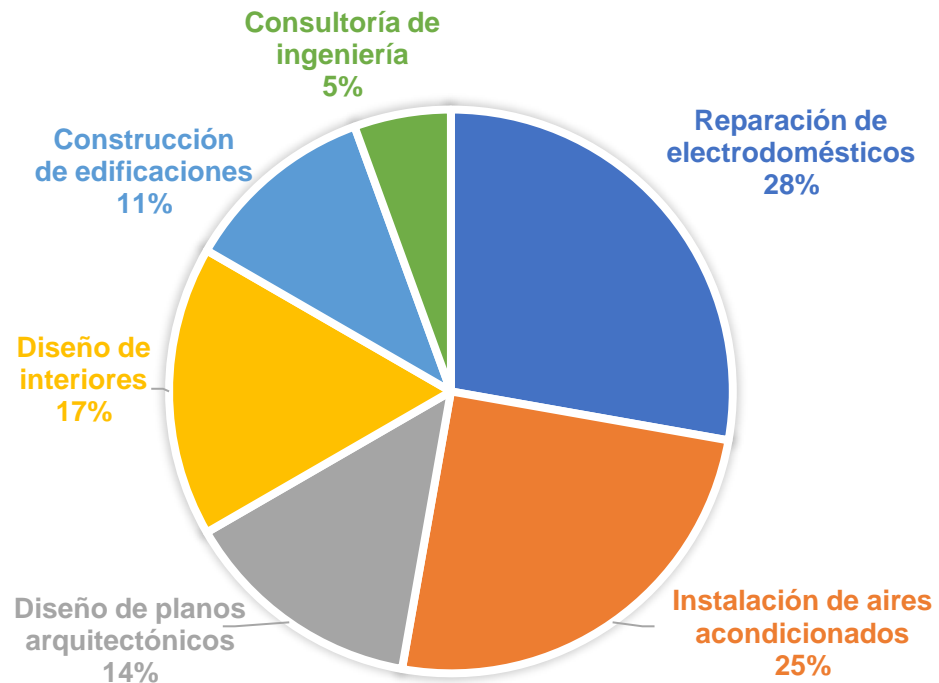
La mayoría de las empresas que ofrecen servicios de mantenimiento solo tienen la opción de pago de contado, por esta razón sería un gran valor agregado para la empresa ofrecer adicionalmente el servicio de datafono (pago con tarjetas de crédito y débito) y pago por internet, cubriendo las preferencias del 64% del mercado objetivo. Cuando la empresa tenga un mayor músculo financiero será muy ventajoso con respecto a la competencia ofrecer créditos en los trabajos realizados.

Pregunta 9: Adicional a los nombrados ¿Qué otro tipo de servicio le gustaría recibir?

Tabla 20: Posibles servicios adicionales

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Reparación de electrodomésticos | 10 | 28% |
| Instalación de aires acondicionados | 9 | 25% |
| Diseño de planos arquitectónicos | 5 | 14% |
| Diseño de interiores | 6 | 17% |
| Construcción de edificaciones | 4 | 11% |
| Consultoría de ingeniería | 2 | 6% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total | 36 | 100% |

Gráfica 19: Posibles servicios adicionales



Según la encuesta realizada, el 28% de los hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga les interesaría adicionalmente los servicios de relación de electrodomésticos, el 25% están interesados en la instalación de aires acondicionados, el 17% en asesorías de diseño de interiores, el 14% en el diseño de planos arquitectónicos, el 11% en la construcción de edificaciones u obra civil, el 5% en consultas y asesorías de ingeniería.

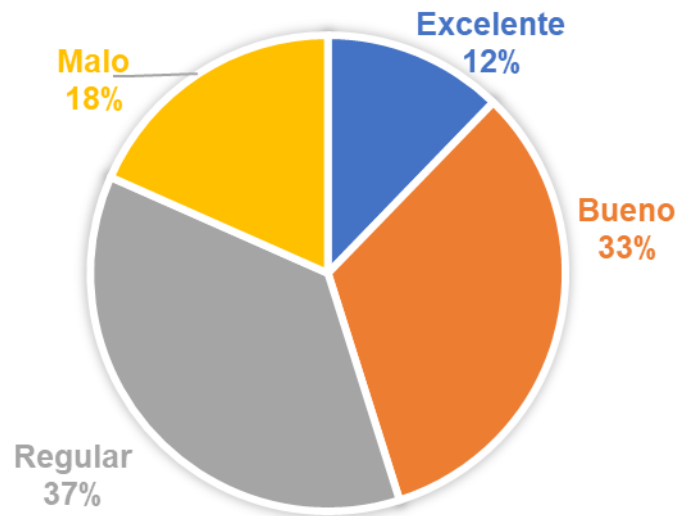
La información obtenida, sirve para proyectar nuevos servicios a ofrecer por la empresa o realizar alianzas con otras empresas para generar convenios complementarios que beneficien al cliente. Sobre todo, en el área de reparación de electrodomésticos e instalación de aires acondicionados.

Pregunta 10: ¿En general cómo calificaría los servicios de mantenimiento locativo que ha contratado?

Tabla 21: Calificación del servicio recibido por otras empresas

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 44 | 12% |
| Bueno | 118 | 33% |
| Regular | 131 | 36% |
| Malo | 66 | 18% |
| Total | 359 | 100% |

Gráfica 20: Calificación del servicio recibido por otras empresas



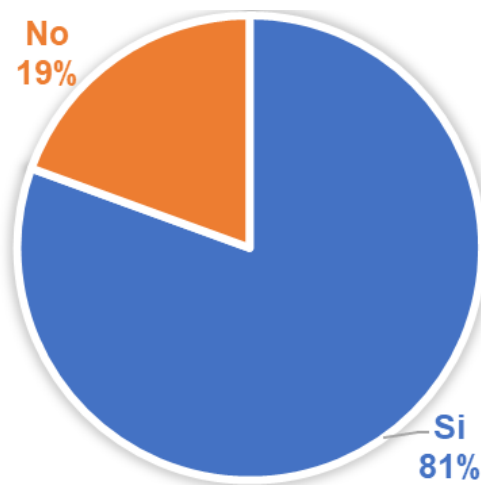
Tomando en cuenta las calificaciones dadas como excelente y bueno, se puede concluir que el 45% de los hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga han quedado satisfechas con servicios anteriormente contratados para el mantenimiento locativo de sus viviendas. Por consiguiente, la gran mayoría (55%) no están contentos con el trabajo realizado, calificándolos como regular o malo. Este alto porcentaje de población insatisfecha abre amplias posibilidades para la entrada al mercado de la nueva empresa.

Pregunta 11: ¿Le interesaría contratar los servicios de mantenimiento y reparaciones locativas con una nueva empresa que le brinde integralmente todos los servicios mencionados anteriormente?

Tabla 22: Interés por contratar los servicios

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Si | 292 | 81% |
| No | 67 | 19% |
| Total | 359 | 100% |

Gráfica 21: Interés por contratar los servicios



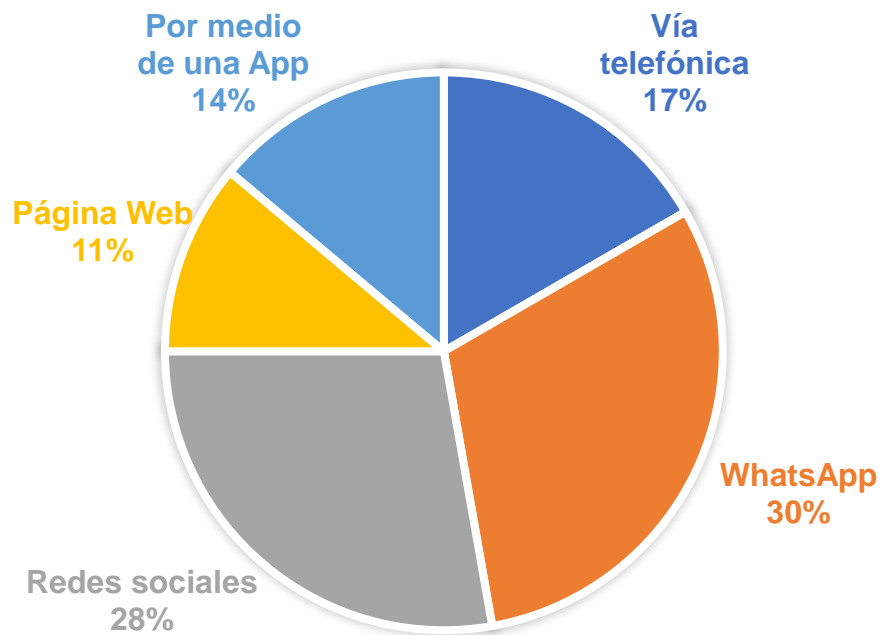
Según la encuesta realizada el 81% de los hogares de estrato 4,5 y 6 de Bucaramanga están interesados en contratar los servicios de mantenimiento locativo para sus viviendas con una nueva empresa que le brinde de manera integral todos los servicios ofertados. Con lo cual se puede concluir que la idea emprendedora tiene un gran mercado al que puede llegar.

Pregunta 12: ¿Cómo preferiría contactarse con la empresa para obtener información o solicitar un servicio?

Tabla 23: Preferencia de contacto con la empresa

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Vía telefónica | 60 | 17% |
| WhatsApp | 110 | 31% |
| Redes sociales | 99 | 28% |
| Página Web | 40 | 11% |
| Por medio de una App | 50 | 14% |
| Total | 359 | 100% |

Gráfica 22: Preferencia de contacto con la empresa



De la información obtenida, se puede observar que el 30% del mercado objetivo prefiere utilizar el WhatsApp para comunicarse con la empresa, el 28% utiliza las

redes sociales, el 17% vía telefónica, el 14% por medio de una aplicación de celular y solo el 11% por medio de la página Web.

De lo anterior se puede evidenciar la importancia que tendrá para la empresa tener un excelente manejo de las redes sociales y WhatsApp, con una atención rápida de las inquietudes.

2.4.3 Estimación de la demanda. Para estimar la demanda del proyecto se empleó el dato del mercado objetivo y los resultados arrojados por la encuesta aplicada. Teniendo en cuenta que el comportamiento observado en la prueba piloto estudiada se puede proyectar para el total de la población, mediante porcentajes obtenidos se obtendrá la demanda total y efectiva.

Mercado objetivo: 90.901 hogares de los estratos 4,5 y 6 de Bucaramanga

- **Demanda total:**

En la encuesta se puede extraer:

- ***Porcentaje de utilización:*** De la pregunta 1 se observa que el 93% de la población normalmente contrata servicios de mantenimiento locativo.
- ***Porcentaje de participación de cada servicio:*** De la pregunta 4 se pudo obtener información sobre la frecuencia de utilización (%) de cada uno de los servicios ofrecidos.
- ***Gasto anual por servicio:*** De igual manera en la pregunta 4 se pudo obtener información sobre el promedio ponderado de la inversión realizada en cada uno de los servicios ofrecidos.

Tomando como referencia los datos anteriormente mencionados, las fórmulas utilizadas para calcular la demanda total son:

$Usuarios = \% \text{ utilización} * \% \text{ participación servicio} * \text{Mercado Objetivo}$

$Demanda \text{ total} = Usuarios * Gasto \text{ anual por servicio}$

Se procede a reemplazar los datos obtenidos de cada servicio:

Tabla 24: Demanda total por servicio

| Servicios | Participación | Usuarios | Gasto anual | Demanda total |
|----------------------|---------------|----------|-------------|-------------------|
| Eléctrico | 55% | 46.625 | \$ 132.071 | \$ 6.157.860.091 |
| Construcción | 46% | 38.854 | \$ 263.636 | \$ 10.243.439.785 |
| Plomería. | 40% | 33.909 | \$ 104.286 | \$ 3.536.272.005 |
| Carpintería metálica | 25% | 20.958 | \$ 211.236 | \$ 4.427.056.886 |
| Carpintería. | 21% | 17.661 | \$ 257.333 | \$ 4.544.790.907 |
| Total | | 158.008 | | \$ 28.909.419.674 |

- **Demanda efectiva:**

En la encuesta se puede extraer:

- De la pregunta 10 se observa que el 81% de las personas estarían interesadas en contratar servicios con una nueva empresa

La fórmula utilizada para calcular la demanda total es:

$Demanda \text{ efectiva} = Demanda \text{ total} * 0,81$

Se procede a reemplazar los datos obtenidos de cada servicio:

Tabla 25: Demanda efectiva por servicio

| Servicio | Demanda total | Demanda efectiva |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Eléctrico | \$ 6.157.860.091 | \$ 4.987.866.674 |
| Construcción | \$ 10.243.439.785 | \$ 8.297.186.226 |
| Plomería. | \$ 3.536.272.005 | \$ 2.864.380.324 |
| Carpintería metálica | \$ 4.427.056.886 | \$ 3.585.916.078 |
| Carpintería. | \$ 4.544.790.907 | \$ 3.681.280.635 |
| Total | \$ 28.909.419.674 | \$ 23.416.629.936 |

2.4.4 Proyección de la demanda. Para calcular la demanda efectiva proyectada, se tomó en cuenta que el índice de crecimiento de los hogares de Bucaramanga de los últimos cinco años, el cual es en promedio de 3,1%¹⁸.

Adicionalmente y conociendo la demanda del proyecto, se proyecta la misma teniendo en cuenta la siguiente ecuación:

$$\text{Valor presente} - \text{Valor Futuro. } F = p (1+i)^n$$

Donde;

n= 1, 2, 3, 4 y 5 años

p = valor presente de la demanda actual o efectiva

I = Factor de crecimiento de consumo (5%)

N= el año al cual se va a proyectar

F = valor futuro

Se procede a calcular la proyección de la demanda para cada uno de los servicios ofrecidos, hasta el año 2025 (año 5 de este estudio).

¹⁸ Acueducto Metropolitano de Bucaramanga - AMB. Informe de Sustentabilidad. [En línea] Consultado el 20 de junio de 2019. Disponible en: <http://www.amb.com.co/Indicadores/Archivos/1COMUNICADO.pdf>

Tabla 26 Proyección de la demanda por servicio.

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Servicio ofrecido | 2020 | 2021 | 2022 |
| Servicios eléctricos. | \$ 4.987.866.674 | 5.142.490.541 | 5.301.907.747 |
| Servicios de construcción | \$ 8.297.186.226 | 8.554.398.999 | 8.819.585.368 |
| Servicios de plomería. | \$ 2.864.380.324 | 2.953.176.114 | 3.044.724.574 |
| Servicios de carpintería metálica | \$ 3.585.916.078 | 3.697.079.476 | 3.811.688.940 |
| Servicios de carpintería. | \$ 3.681.280.635 | 3.795.400.334 | 3.913.057.745 |
| TOTAL | 23.416.629.936 | 24.142.545.464 | 24.890.964.373 |

| | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Servicio ofrecido | 2023 | 2024 | 2025 |
| Servicios eléctricos. | 5.466.266.888 | 5.635.721.161 | 5.810.428.517 |
| Servicios de construcción | 9.092.992.514 | 9.374.875.282 | 9.665.496.416 |
| Servicios de plomería. | 3.139.111.035 | 3.236.423.477 | 3.336.752.605 |
| Servicios de carpintería metálica | 3.929.851.297 | 4.051.676.687 | 4.177.278.665 |
| Servicios de carpintería. | 4.034.362.535 | 4.159.427.773 | 4.288.370.034 |
| TOTAL | 25.662.584.269 | 26.458.124.381 | 27.278.326.237 |

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1 Necesidades de información.

- Conocer la conformación de la oferta del servicio de mantenimiento y reparaciones locativas, técnicos particulares y empresas especializadas, en la ciudad de Bucaramanga.
- Identificar los principales proveedores de servicios de mantenimiento y reparaciones locativas en la ciudad de Bucaramanga.
- Determinar las herramientas publicitarias y promocionales, empleadas por los proveedores de servicios de mantenimiento y reparaciones locativas de la ciudad de Bucaramanga.
- Conocer el valor cobrado por los servicios de mantenimiento y reparaciones locativas de bienes inmuebles; así como, la estrategia de fijación de precios con respecto a la competencia y la política de venta empleada por los proveedores de la ciudad de Bucaramanga.
- Conocer la aptitud frente al servicio de mantenimiento y reparaciones locativas ofrecido actualmente; así como, los aspectos que requieren mejorar los proveedores de la ciudad de Bucaramanga.
- Listar los atributos diferenciadores, de los proveedores de servicios de mantenimiento y reparaciones locativas de la ciudad de Bucaramanga.
- Determinar el tiempo de atención de los servicios de mantenimiento y reparación locativos, en los hogares de Bucaramanga.
- Identificar cuáles son los atributos en las empresas que prestan servicios de mantenimiento y reparación locativos que utilizan las familias en estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga.

2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia. De los resultados arrojados por las encuestas, se identificó los principales proveedores en

Bucaramanga de cada uno de los servicios que ofrecerá la empresa. Por lo tanto, se procedió a recolectar información relevante de estas empresas o trabajadores independientes, para poder realizar un benchmarking donde se pudo analizar las fortalezas, debilidades y oportunidades que podría llegar a tener la nueva empresa.

A continuación, se podrá observar información de la competencia en cada uno de los servicios ofrecidos (Carpintería, Electricidad, albañilería, Carpintería metálica y plomería).

- **Identificación de la competencia en Servicios Eléctricos**

- **ELETRORIENTE S.A.**

Imagen 5: Logo ELECTRORIENTE



Fuente: ELECTRORIENTE. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019.

Disponible en: <https://www.electroriente.com.co/>

Tabla 27 Información de la empresa: ELECTRORIENTE

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Comercialización de materiales y servicios eléctricos |
| Experiencia en el sector | 43 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 36 No.16-18, Centro |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 642 6709 - 633 5115 |
| Página Web | https://www.electroriente.com.co/ |

➤ INTERNACIONAL DE ELÉCTRICOS

Imagen 6: Logo Internacional de Eléctricos



Fuente: INTERNACIONAL DE ELÉCTRICOS. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://www.iegrupo.co/>

Tabla 28 Información de la empresa: Internacional de Eléctricos

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Comercialización de materiales y servicios eléctricos |
| Experiencia en el sector | 22 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bogotá |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 17 No. 45-149, Centro |
| Teléfonos de contacto: | (+57) (1) 8920153 - (7) 6704111 |
| Página Web | https://www.iegrupo.co/ |

➤ **TRABAJADOR INDEPENDIENTE**

Imagen 7: Logo electricista independiente



Fuente: OLX. Soluciones eléctricas Bucaramanga. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://www.olx.com.co/item/electricista-bucaramanga-soluciones-electricas-de-lunes-a-domingos-iiid-1100356102>

Tabla 29 Información de electricista independiente

| | |
|--------------------------|-------------------------------|
| Actividad principal | Servicios eléctricos |
| Experiencia en el sector | 20 años |
| Dirección en Bucaramanga | No cuenta con local comercial |
| Teléfonos de contacto: | (+57) 301 373 7629 |
| Página Web | No tiene |

- **Benchmarking en Servicios Eléctricos.** A continuación, se podrán observar una tabla comparativa de las principales características de los tres proveedores anteriormente mencionados y que prestan servicios eléctricos en la ciudad de Bucaramanga. De igual manera se hizo una comparación de precios de diferentes trabajos realizados por estas empresas.

Tabla 30 Comparativa entre empresas de servicios eléctricos

| Factores | Electroriente | Internacional de eléctricos | Trabajador independiente | Propuesta |
|-----------------------|---|---|---|---|
| Servicios Ofrecidos | Diseño e instalación Mantenimiento preventivo y correctivo Venta de accesorios Asesoría técnica y de ingeniería Elaboración de planos Trámites legales | Diseño e instalación Mantenimiento preventivo y correctivo Venta de accesorios Asesoría técnica y de ingeniería Elaboración de planos Trámites legales | Instalaciones Mantenimiento preventivo y correctivo Venta de accesorios Algunos trámites legales | Diseño e instalación Mantenimiento preventivo y correctivo Venta de accesorios Asesoría técnica y de ingeniería Elaboración de planos Trámites legales |
| Tamaño de empresa | Pequeña | Mediana | Micro | Micro |
| Mercado objetivo | Medianas y grandes empresas | Medianas y grandes empresas | Hogares y pequeñas empresas | Hogares |
| Cobertura del mercado | Regional (Santander) | Nacional (Principales ciudades) | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) |

| | | | | |
|---|--|--|---|---------------------------------------|
| Canal de distribución | Directo | Directo | Directo | Indirecto |
| Estrategias de distribución | Exclusiva | Selectiva | Intensiva | Intensiva |
| Tiempo de respuesta | 7 – 10 días | 4 – 5 días | Variable (depende de la disponibilidad) | 1 – 3 días |
| Comparativa de precios | Alto | Alto | Bajo | Medio |
| Proveedores | Fabricantes nacionales e internacionales | Fabricantes nacionales e internacionales | Distribuidores locales | Distribuidores locales |
| Requisitos legales para el funcionamiento | Si cumple | Si cumple | Cumple con los requisitos mínimos | Si cumple |
| Gestión de la calidad | Certificación ISO 9001 | Certificación ISO 9001 | No tiene | Se aplicará la norma ISO 9001 |
| Gestión ambiental | Cumplimiento de la legislación actual | Certificación ISO 14001 | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |
| Gestión S&SO | Cumplimiento de la legislación actual | Certificación OHSAS 18001 | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |

- **Identificación de la competencia en Servicios de albañilería.**

➤ **FERRETERÍA ALDIA**

Imagen 8: Logo Ferretería ALDIA



Fuente: Ferretería ALDIA. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://aldiaferreteria.com/>

Tabla 31 Información de la empresa: Ferretería ALDIA

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Comercialización de materiales y servicios de construcción |
| Experiencia en el sector | 50 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 16 No. 42 - 22 |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 6305555 - 3112784872 |
| Página Web | https://aldiaferreteria.com/ |

➤ **JHON ROBLES ARQUITECTOS**

Imagen 9: Logo John Robles Arquitectos



Fuente: John Robles Arquitectos. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <http://www.johnroblesarquitectos.com/>

Tabla 32 Información de la empresa: John Robles Arquitectos

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Arquitectura y remodelación |
| Experiencia en el sector | 6 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 51 # 28 -80 |
| Teléfonos de contacto: | (+57) (7) 647 28 88 |
| Página Web | http://www.johnroblesarquitectos.com/ |

➤ **TRABAJADOR INDEPENDIENTE**

Imagen 10: Logo maestro de construcción independiente



Fuente: Facebook. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en:
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10216075271626364&set=a.3540385480117&type=3&theater>

Tabla 33 Información del maestro de construcción independiente

| | |
|--------------------------|-------------------------------|
| Actividad principal | Albañilería y acabados |
| Experiencia en el sector | 10 años |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 47 1 – 31 Campo hermoso |
| Teléfonos de contacto: | (+57) 311 465 2943 |
| Página Web | No tiene |

- **Benchmarking en Servicios de albañilería.** A continuación, se podrán observar una tabla comparativa de las principales características de los tres proveedores anteriormente mencionados y que prestan servicios de albañilería en la ciudad de Bucaramanga. De igual manera se hizo una comparación de precios de diferentes trabajos realizados por estas empresas.

Tabla 34 Comparativa entre empresas de servicios eléctricos

| Factores | Ferretería ALDIA | John Robles Arquitectos | Trabajador independiente | Propuesta |
|-----------------------|--|---|---|---|
| Servicios Ofrecidos | Asesoría técnica y de ingeniería Pintura Instalación de pisos y enchapes Instalación de Drywall Mampostería Impermeabilización Resanes y acabados Venta de materiales | Diseño arquitectónico Asesoría técnica Pintura Instalación de pisos y enchapes Instalación de Drywall Mampostería Impermeabilización Resanes y acabados Elaboración de planos Trámites legales | Asesoría técnica Pintura Instalación de pisos y enchapes Instalación de Drywall Mampostería Impermeabilización Resanes y acabados | Asesoría técnica y de ingeniería Pintura Instalación de pisos y enchapes Instalación de Drywall Mampostería Impermeabilización Resanes y acabados |
| Tamaño de empresa | Mediana | Pequeña | Micro | Micro |
| Mercado objetivo | Hogares y empresas | Empresas | Hogares y empresas | Hogares |
| Cobertura del mercado | Regional (Santander) | Regional (Santander) | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) |
| Canal de distribución | Directo | Indirecto | Directo | Indirecto |

| | | | | |
|---|--|---------------------------------------|---|---------------------------------------|
| Estrategias de distribución | Exclusiva | Selectiva | Intensiva | Intensiva |
| Tiempo de respuesta | 7 – 10 días | 4 – 5 días | Variable (depende de la disponibilidad) | 1 – 3 días |
| Comparativa de precios | Alto | Alto | Bajo | Medio |
| Proveedores | Fabricantes nacionales e internacionales | Distribuidores nacionales y locales | Distribuidores locales | Distribuidores locales |
| Requisitos legales para el funcionamiento | Si cumple | Si cumple | Cumple con los requisitos mínimos | Si cumple |
| Gestión de la calidad | Certificación ISO 9001 | No tiene | No tiene | Se aplicará la norma ISO 9001 |
| Gestión ambiental | Certificación ISO 14001 | Cumplimiento de la legislación actual | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |
| Gestión S&SO | Certificación OHSAS 18001 | Cumplimiento de la legislación actual | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |

- **Identificación de la competencia en Servicios de plomería.**

- **Plomería Atlantis**

Imagen 11: Logo Plomería Atlantis



Fuente: Plomería Atlantis. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://atlantis-plomeria.negocio.site/>

Tabla 35 Información de la empresa: Plomería Atlantis

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Servicios de plomería |
| Experiencia en el sector | 35 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 66 # 28 - 71, Puerta del Sol |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 318 7346091 |
| Página Web | https://atlantis-plomeria.negocio.site/ |

- **AG Plomería**

Imagen 12: Logo AG Plomería



Fuente: AG Plomería. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: [https://agplomeria.com/ /](https://agplomeria.com/)

Tabla 36 Información de la empresa: AG Plomería

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Servicios de plomería e impermeabilización |
| Experiencia en el sector | 5 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | No tiene local comercial |
| Teléfonos de contacto: | (+57) (7) 6926384 - 319 450 6617 |
| Página Web | https://agplomeria.com/ / |

➤ **TRABAJADOR INDEPENDIENTE**

Imagen 13: Logo plomero independiente



Fuente: Facebook. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en:

<https://www.facebook.com/hidrotecnicoselduque/>

Tabla 37 Información de plomero independiente

| | |
|--------------------------|------------------------------------|
| Actividad principal | Servicios de plomería |
| Experiencia en el sector | 5 años |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 36 108 - 55 Plaza satélite |
| Teléfonos de contacto: | (+57) 315 506 6681 |
| Página Web | No tiene |

- **Benchmarking en Servicios de plomería.** A continuación, se podrán observar una tabla comparativa de las principales características de los tres proveedores anteriormente mencionados y que prestan servicios de plomería en la ciudad de Bucaramanga. De igual manera se hizo una comparación de precios de diferentes trabajos realizados por estas empresas.

Tabla 38 Comparativa entre empresas de servicios de plomería

| Factores | Plomería Atlantis | AG Plomería | Trabajador independiente | Propuesta |
|---------------------|---|---|---|---|
| Servicios Ofrecidos | <p>Asesoría técnica</p> <p>Instalación de sanitarios, grifos y duchas.</p> <p>Destape de tuberías</p> <p>Cambio de llaves o válvulas.</p> <p>Reparación de goteras y filtraciones.</p> <p>Instalación y montajes de redes hidráulicas, (Residual y potable)</p> | <p>Asesoría técnica</p> <p>Impermeabilización</p> <p>Instalación de sanitarios, grifos y duchas.</p> <p>Destape de tuberías</p> <p>Cambio de llaves o válvulas.</p> <p>Reparación de goteras y filtraciones.</p> <p>Instalación y montajes de redes hidráulicas, (Residual y potable)</p> | <p>Asesoría técnica</p> <p>Instalación de sanitarios, grifos y duchas.</p> <p>Destape de tuberías</p> <p>Cambio de llaves o válvulas.</p> <p>Reparación de goteras y filtraciones.</p> <p>Instalación y montajes de redes hidráulicas, (Residual y potable)</p> | <p>Asesoría técnica</p> <p>Instalación de sanitarios, grifos y duchas.</p> <p>Destape de tuberías</p> <p>Cambio de llaves o válvulas.</p> <p>Reparación de goteras y filtraciones.</p> <p>Instalación y montajes de redes hidráulicas, (Residual y potable)</p> |
| Tamaño de empresa | Micro | Pequeña | Micro | Micro |
| Mercado objetivo | Hogares y empresas | Hogares y empresas | Hogares y empresas | Hogares |

| | | | | |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Cobertura del mercado | Local (Bucaramanga) | Regional (Santander) | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) |
| Canal de distribución | Directo | Directo | Directo | Indirecto |
| Estrategias de distribución | Intensiva | Intensiva | Intensiva | Intensiva |
| Tiempo de respuesta | 1 – 3 días | 4 – 5 días | 1 – 3 días | 1 – 3 días |
| Comparativa de precios | Medio | Alto | Bajo | Medio |
| Proveedores | Distribuidores locales | Distribuidores nacionales y locales | Distribuidores locales | Distribuidores locales |
| Requisitos legales para el funcionamiento | Si cumple | Si cumple | Cumple con los requisitos mínimos | Si cumple |
| Gestión de la calidad | No tiene | No tiene | No tiene | Se aplicará la norma ISO 9001 |
| Gestión ambiental | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |
| Gestión S&SO | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |

- **Identificación de la competencia en Servicios de carpintería.**

➤ **MODUGAL**

Imagen 14: Logo Modugal



Fuente: Modugal. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://modugal.co/>

Tabla 39 Información de la empresa: Modugal

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Productos y Servicios de carpintería |
| Experiencia en el sector | 5 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 10 # 24-19 Barrio Girardot |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 316 326 4806 |
| Página Web | https://modugal.co/ |

➤ **MADEKA**

Imagen 15: Logo Madeka



Fuente: Madeka. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://www.facebook.com/madeka.carpinteria>

Tabla 40 Información de la empresa: Madeka

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Productos y Servicios de carpintería |
| Experiencia en el sector | 7 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 56 16-60 |
| Teléfonos de contacto: | (+57) (7) 6730242 |
| Página Web | https://www.madeka.com.co |

➤ **TRABAJADOR INDEPENDIENTE**

Imagen 16: Logo LH carpintería

En LH CARPINTERIA somos expertos en la fabricación y reparación de mobiliario para su hogar, empresa u oficina utilizando materiales de alta calidad, con acabados elegantes que transmiten exclusividad y calidez

HENRY CASTRO RINCÓN
 CELULAR: **304 597 9150**
 TELÉFONO: **6 70 6914**

Fuente: Facebook. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100010167641637>

Tabla 41 Información de LH carpintería

| | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| Actividad principal | Productos y Servicios de carpintería |
| Experiencia en el sector | 3 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 36 108 - 55 Plaza satélite |
| Teléfonos de contacto: | (+57) 304 597 9150 |
| Página Web | No tiene |

- **Benchmarking en Servicios de plomería.** A continuación, se podrán observar una tabla comparativa de las principales características de los tres proveedores anteriormente mencionados y que prestan servicios de carpintería en la ciudad de Bucaramanga. De igual manera se hizo una comparación de precios de diferentes trabajos realizados por estas empresas.

Tabla 42 Comparativa entre empresas de servicios de plomería

| Factores | Modugal | Madeka | LH Carpintería | Propuesta |
|-----------------------|--|--|--|--|
| Servicios Ofrecidos | Asesoría técnica | Asesoría técnica | Asesoría técnica | Asesoría técnica |
| | Diseño e instalación de mobiliario para el hogar y oficina | Diseño e instalación de mobiliario para el hogar y oficina | Diseño e instalación de mobiliario para el hogar y oficina | Diseño e instalación de mobiliario para el hogar y oficina |
| | Fabricación e instalación de puertas y ventanas | Fabricación e instalación de puertas y ventanas | Fabricación e instalación de puertas y ventanas | Fabricación e instalación de puertas y ventanas |
| | Mantenimiento general de muebles en madera | Mantenimiento general de muebles en madera | Mantenimiento general de muebles en madera | Mantenimiento general de muebles en madera |
| Tamaño de empresa | Pequeña | Micro | Micro | Micro |
| Mercado objetivo | Hogares y empresas | Hogares y empresas | Hogares y empresas | Hogares |
| Cobertura del mercado | Regional (Santander) | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) |
| Canal de distribución | Directo | Directo | Directo | Indirecto |

| | | | | |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Estrategias de distribución | Intensiva | Intensiva | Intensiva | Intensiva |
| Tiempo de respuesta | 7 – 10 días | 7 – 10 días | 7 – 10 días | 4 – 5 días |
| Comparativa de precios | Alto | Medio | Bajo | Medio |
| Proveedores | Fabricantes nacionales | Distribuidores locales | Distribuidores locales | Distribuidores locales |
| Requisitos legales para el funcionamiento | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Si cumple |
| Gestión de la calidad | Implementación de la norma ISO 9001 | No tiene | No tiene | Se aplicará la norma ISO 9001 |
| Gestión ambiental | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual |
| Gestión S&SO | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual |

- **Identificación de la competencia en Servicios carpintería metálica.**

➤ **PROMETCOL**

Imagen 17: Logo PROMETCOL



Fuente: PROMETCOL. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <http://www.prometcol.com/>

Tabla 43 Información de la empresa: PROMETCOL

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Fabricación de productos metálicos |
| Experiencia en el sector | 14 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 11 # 14-55 Barrio Gaitán |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 6719190 - 3016585250 |
| Página Web | http://www.prometcol.com/ |

➤ **ALUVIDRIOS**

Imagen 18: Logo Aluvidrios



Fuente: Aluvidrios. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://aluvidrioshipercentro.com/>

Tabla 44 Información de la empresa: ALUVIDRIOS

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Fabricación y comercialización de productos en aluminio arquitectónico |
| Experiencia en el sector | 22 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Avenida La Rosita #18-38, la Concordia |
| Teléfonos de contacto: | (+57) (7) 647 28 88 |
| Página Web | https://aluvidrioshipercentro.com/ |

➤ **PUERTASANTANDER**

Imagen 19: Logo Puertasantander



Fuente: Puertasantander. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://www.puertasantander.com/>

Tabla 45 Información de Puertasantander

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Fabricación y reparación de productos metálicos |
| Experiencia en el sector | 10 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 19 # 17-45 |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 6456638 |
| Página Web | https://www.puertasantander.com/ |

- **Benchmarking en Servicios de carpintería metálica.** A continuación, se podrán observar una tabla comparativa de las principales características de los tres proveedores anteriormente mencionados y que prestan servicios de carpintería metálica en la ciudad de Bucaramanga. De igual manera se hizo una comparación de precios de diferentes trabajos realizados por estas empresas.

Tabla 46 Comparativa entre empresas de servicios eléctricos

| Factores | PROMETCOL | ALUVIDRIOS | PUERTAS SANTANDER | Propuesta |
|-----------------------|--|---|--|---|
| Servicios Ofrecidos | Asesoría técnica Diseño de ingeniería Fabricación y reparación de Gabinetes, Escaleras, Puertas, Cerramientos, Portones forjados y eléctricos, Pasamanos, entre otros. | Asesoría técnica Diseño arquitectónico Fabricación y reparación de Puertas, Ventanas, pasamanos, Rejas, Portones, Puerta de Seguridad, Celosías, entre otros. | Asesoría técnica Diseño arquitectónico Fabricación y reparación de Puertas, Ventanas, mobiliario, fachadas, divisiones de baño, pasamanos, domos, entre otros. | Asesoría técnica Diseño de ingeniería Fabricación y reparación de puertas, Gabinetes, Escaleras, ventanas, divisiones de baño, pasamanos, domos, mobiliario, entre otros. |
| Tamaño de empresa | Pequeña | Mediana | Micro | Micro |
| Mercado objetivo | Empresas | Empresas | Hogares y empresas | Hogares |
| Cobertura del mercado | Regional (Santander) | Regional (Santander) | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) |

| | | | | |
|---|--|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Canal de distribución | Directo | Directo | Directo | Indirecto |
| Estrategias de distribución | Exclusiva | Intensiva | Intensiva | Intensiva |
| Tiempo de respuesta | 7 – 10 días | 7 – 10 días | 4 – 5 días | 4 – 5 días |
| Comparativa de precios | Alto | Medio | Bajo | Medio |
| Proveedores | Fabricantes nacionales e internacionales | Fabricantes nacionales e internacionales | Distribuidores nacionales y locales | Distribuidores locales |
| Requisitos legales para el funcionamiento | Si cumple | Si cumple | Si cumple | Si cumple |
| Gestión de la calidad | Implementación de la norma ISO 9001 | Certificación ISO 9001 | No tiene | Se aplicará la norma ISO 9001 |
| Gestión ambiental | Cumplimiento de la legislación actual | Certificación ISO 14001 | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |
| Gestión S&SO | Cumplimiento de la legislación actual | Certificación OHSAS 18001 | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |

- **Identificación de la competencia en Servicios integrales de mantenimiento locativo.** Adicionalmente se realizó una investigación sobre tres proveedores en Bucaramanga que prestan diferentes servicios de mantenimiento (electricidad, albañilería, carpintería, plomería, entre otros), similar a lo que se busca con la nueva empresa.

➤ **CON&RECOL**

Imagen 20: Logo CON&RECOL



Fuente: CON&RECOL. Construcciones y reformas de Colombia. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <http://www.conrecol.com>

Tabla 47 Información de la empresa: CON&RECOL

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Servicios integrales de mantenimiento locativo |
| Experiencia en el sector | 7 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Calle 105A # 12 - 65 Quintas de Santa Ana |
| Teléfono de contacto | (+57) (7) 6376802 |
| Página Web | http://www.conrecol.com/ |

➤ **MANTENIMIENTO A&G SERVICIOS**

Imagen 21: Logo Mantenimiento A&G Servicios



Fuente: Mantenimiento A&G Servicios. [En línea]. Consultado el 20 de noviembre de 2019. Disponible en: <http://www.mantenimientoag.com/>

Tabla 48 Información de la empresa: Mantenimiento A&G Servicios

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividad principal | Servicios integrales de mantenimiento locativo |
| Experiencia en el sector | 19 años |
| Ubicación de la sede Principal | Bucaramanga |
| Dirección en Bucaramanga | Carrera 25 No 102 - 40 |
| Teléfonos de contacto: | (+57) (7) 6369363 |
| Página Web | http://www.mantenimientoag.com/ |

➤ **TRABAJADOR INDEPENDIENTE**

Imagen 22: Logo trabajador independiente



Fuente: OLX. Carlos Álvarez. [En línea]. Consultado el 20 de agosto de 2019. Disponible en: <https://www.olx.com.co/item/serviciospinturaelectricidadcarpinterioplomeria-iiid-1064793475>

Tabla 49 Información del trabajador independiente

| | |
|--------------------------|--|
| Actividad principal | Servicios integrales de mantenimiento locativo |
| Experiencia en el sector | 30 años |
| Dirección en Bucaramanga | No tiene local comercial |
| Teléfono de contacto | (+57) 3006874794 |
| Página Web | No tiene |

- **Benchmarking en Servicios integrales de mantenimiento locativo.** A continuación, se podrán observar una tabla comparativa de las principales características de los tres proveedores anteriormente mencionados y que prestan servicios integrales de mantenimiento locativo en la ciudad de Bucaramanga. De igual manera se hizo una comparación de precios de diferentes trabajos realizados por estas empresas.

Tabla 50 Comparativa entre empresas de servicios integrales de mantenimiento locativo

| Factores | CON&RECOL | Mantenimiento A&G servicios | Trabajador independiente | Propuesta |
|-----------------------|---|--|---|---|
| Servicios Ofrecidos | <p>Asesoría y diseño técnico, de ingeniería y arquitectura</p> <p>Mantenimiento preventivo y correctivo en las siguientes áreas: electricidad, construcción, plomería, carpintería, vidriería, ornamentación, entre otros.</p> <p>Elaboración de planos</p> | <p>Asesoría y diseño técnico, de ingeniería y arquitectura</p> <p>Mantenimiento preventivo y correctivo en las siguientes áreas: electricidad, construcción, plomería, carpintería, vidriería, ornamentación, entre otros.</p> <p>Elaboración de planos.</p> | <p>Mantenimiento preventivo y correctivo en las siguientes áreas: electricidad, construcción, plomería, carpintería, vidriería, ornamentación, entre otros.</p> | <p>Asesoría y diseño técnico y de ingeniería</p> <p>Mantenimiento preventivo y correctivo en las siguientes áreas: electricidad, construcción, plomería, carpintería, vidriería, ornamentación, entre otros.</p> <p>Elaboración de planos</p> |
| Tamaño de empresa | Mediana | Mediana | Micro | Micro |
| Mercado objetivo | Empresas | Empresas | Hogares y empresas | Hogares |
| Cobertura del mercado | Nacional | Nacional | Local (Bucaramanga) | Local (Bucaramanga) |

| | | | | |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Canal de distribución | Indirecto | Indirecto | Directo | Indirecto |
| Estrategias de distribución | Exclusiva | Selectiva | Intensiva | Intensiva |
| Tiempo de respuesta | 7 – 10 días | 5 – 7 días | 1 – 3 días | 1 – 3 días |
| Comparativa de precios | Alto | Alto | Bajo | Medio |
| Proveedores | Distribuidores nacionales y locales | Distribuidores nacionales y locales | Distribuidores nacionales y locales | Distribuidores locales |
| Requisitos legales para el funcionamiento | Si cumple | Si cumple | Cumple con los requisitos mínimos | Si cumple |
| Gestión de la calidad | Implementación de la norma ISO 9001 | Implementación de la norma ISO 9001 | No tiene | Se aplicará la norma ISO 9001 |
| Gestión ambiental | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |
| Gestión S&SO | Cumplimiento de la legislación actual | Cumplimiento de la legislación actual | No cumple las normas actuales | Cumplimiento de la legislación actual |

2.5.3 Conclusión sobre la investigación de la competencia. Mediante la investigación realizada se logró conocer las fortalezas y debilidades de los principales proveedores de estos servicios en Bucaramanga. Quienes no solo se deben ver como una competencia directa, sino también se pueden considerar como posibles aliados a la idea emprendedora.

Entre las fortalezas de la competencia, se destacan las siguientes:

- Amplia trayectoria en el mercado, que oscila entre los 10 y 20 años.
- Las grandes empresas y con gran musculo financiero tienen como proveedores directamente a los fabricantes de los insumos o materiales que utilizan, esto hace que tengan menores costos en comparación a las pequeñas empresas que deben comprar a intermediarios.
- Filosofía corporativa basada en la prestación de un buen servicio, solucionando los problemas de los clientes, con calidad, responsabilidad y rapidez.
- Portafolio de servicios especializado y limitado.
- Política de ventas flexible, considerando el pago de contado o a crédito, con un plazo máximo de 30 días.
- Política de precios, similares a los que rigen el mercado.
- En la mayoría de los casos el canal de comercialización es directo.
- Buen estado financiero – contable.
- Personal suficiente y con amplia experiencia.

Entre las debilidades de la competencia, se destacan las siguientes:

- Las empresas de mayor tamaño se enfocan en el mercado empresarial e industrial, poco les interesa prestar servicio a hogares.
- Los tiempos de respuesta de las grandes empresas, generalmente es mayor a la que tienen los trabajadores independientes. Pero la de estos últimos puede variar dependiendo de la disponibilidad que tengan.

- No manejan un sistema de gestión de la calidad, ambiental y de seguridad.
- Los trabajadores independientes no están cumpliendo con la legislación actual en relación con las normas ambientales y de seguridad industrial.
- Publicidad escasa.
- Ausencia de estrategias de promoción.
- Desconocimiento de los competidores.
- El personal empleado es seleccionado por referencias familiares.
- Remuneración para empleados, por comisión.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta los resultados de la pregunta 10 de la encuesta realizada. En este caso se pudo obtener una calificación general sobre el nivel de satisfacción de los servicios de mantenimiento locativo contratados anteriormente con otras empresas o trabajadores independientes. Las respuestas obtenidas fueron:

Tabla 51: Calificación del servicio recibido por otras empresas

| Respuesta | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Excelente | 12% |
| Bueno | 33% |
| Regular | 36% |
| Malo | 18% |

Si se suma la población que califica el servicio como regular y malo, la tendencia de población no conforme con el servicio es del 55%, siendo este segmento el mercado objetivo en el cual se tendrá más oportunidad de encontrar clientes que esperan

propuestas con un valor agregado en servicio especializado que satisfaga sus expectativas.

A su vez, hay que resaltar es que hay una oportunidad latente para ingresar con una nueva propuesta de mantenimiento preventivo, debido a que el 81% de la población (resultados pregunta 12) está interesada en contratar una empresa que le brinde integralmente varios servicios de mantenimiento locativo.

Finalmente, para hallar la demanda insatisfecha se tiene en cuenta la demanda efectiva calculada, y el porcentaje poblacional que no se siente a gusto como usuario de los servicios de mantenimiento que le están prestando en este momento:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \$ 23.416.629.936 \times 55\%$$

$$\text{Demanda insatisfecha} = \mathbf{\$ 12.879.146.465}$$

De igual manera se puede calcular la demanda satisfecha por cada uno de los servicios ofrecidos.

Tabla 52: Demanda insatisfecha por servicio

| Tipo de servicio | Demanda insatisfecha |
|-----------------------|--------------------------|
| Servicios eléctricos. | \$ 2.743.326.671 |
| Eléctrico | \$ 4.563.452.424 |
| Construcción | \$ 1.575.409.178 |
| Plomería. | \$ 1.972.253.843 |
| Carpintería metálica | \$ 2.024.704.349 |
| Total | \$ 12.879.146.465 |

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El Canal de distribución es el circuito a través del cual la empresa pondrá a disposición de los clientes los servicios que requieran para reparar, mejorar o mantener sus instalaciones locativas.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Para la empresa se pueden aplicar dos modalidades:

- **Canal directo:**

Este tipo de modalidad no existirá intermediarios, por tanto, la empresa se encargará de atender las solicitudes de los clientes, ejecutar los trabajos y responder por la garantía de los servicios. Como se ilustra la siguiente figura:

Imagen 23: Canal directo



- **Canal indirecto:**

La segunda modalidad que se puede utilizar es un canal indirecto corto, donde existirá un intermediario encargado de realizar la labor que el cliente requiere. En este caso la empresa se encarga de atender las solicitudes de los usuarios, no obstante, contratará un especialista independiente para ejecutar los trabajos y responder por la garantía de los servicios. Como se ilustra la siguiente figura:

Imagen 24: Canal indirecto



2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. En la siguiente tabla se pueden observar las principales ventajas y desventajas de cada canal de comercialización.

Tabla 53: Ventajas de los canales de comercialización

| CANAL INDIRECTO | CANAL DIRECTO |
|--|--|
| Incremento considerable en personal en un menor tiempo | Permite una mayor libertad en la fijación de precios |
| Baja inversión activos como herramientas e insumos | Se puede asegurar con más facilidad el cumplimiento y calidad de los servicios |
| No se requiere tener inventario y mantenimiento de insumos y herramientas | Mejor comunicación entre la empresa y el cliente. |
| Poder contratar por servicio a personal con conocimientos específicos o especialistas en determinadas áreas. | Mejor seguimiento y atención a las sugerencias, quejas y reclamos de los clientes |
| Menor tiempo de respuesta, cuando la demanda supera a la capacidad operativa de la empresa. | Menor tiempo de respuesta, cuando la demanda no supera a la capacidad operativa de la empresa. |
| Mayor margen de ganancias cuando la capacidad utilizada de la empresa es <i>mínima</i> | Mayor margen de ganancias cuando la capacidad utilizada de la empresa es <i>máxima</i> |
| Lograr una amplia capacidad operativa, lo que permite mayor cobertura del mercado | Facilidad en la programación de los servicios, debido a que no se depende de la disponibilidad de los intermediarios |
| Requiere una menor estructura administrativa para funcionar | Detectar con más facilidad nuevas expectativas o necesidades del cliente |
| Mayor difusión e imagen de la empresa. | Mayor efectividad en la implementación de estrategias de fidelización de clientes |
| Financiación de los integrantes del canal | Se puede asegurar la experiencia y preparación del personal que realizará el trabajo. |
| | A los clientes le genera una mayor confianza hacia la empresa. |
| | Sensibilidad inmediata de reacciones del mercado |

Fuente: RAMIRES D., José L. Canales directos e indirectos¹⁹.

¹⁹ RAMIRES D., José L. CANALES DIRECTOS E INDIRECTOS. [En línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/49506976/CANAL-INDIRECTO-ensayo>

Tabla 54: Desventajas de los canales de comercialización

| CANAL INDIRECTO | CANAL DIRECTO |
|--|---|
| Menor promoción que los canales directos | Menor capacidad operativa |
| Dificultad para asegurar el cumplimiento de las normas vigentes y la aptitud del trabajador en el momento de realizar el servicio. | Imposibilidad de realizar servicios diferentes a los capacitados por los trabajadores de la empresa |
| Escaso control del precio final | Alto esfuerzo administrativo |
| Menor comunicación directa con los clientes. | Alta inversión en activos como herramientas e insumos |
| Mínimo control de la calidad y cumplimiento del trabajo | Altos costos de funcionamiento |
| La imagen y confiabilidad de la empresa dependerá de personal externo. | Requiere tener inventario y mantenimiento de insumos y herramientas |
| Dependencia a la disponibilidad del intermediario. | La empresa requiere un mayor financiamiento inicial y de operación. |

Fuentes: RAMIRES D., José L. Canales directos e indirectos²⁰; MESA, Manuela.

Canales de distribución²¹; MORALES M., Norberto. Tipos de canales de distribución selección y estrategias para incrementar el mercado²².

²⁰ RAMIRES D., José L. CANALES DIRECTOS E INDIRECTOS. [En línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/49506976/CANAL-INDIRECTO-ensayo>

²¹ MESA, Manuela. CANALES DE DISTRIBUCIÓN. [En línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: https://prezi.com/5orz7uj2jx_h/canales-de-distribucion-indirectos/

²² MORALES M., Norberto. Tipos de canales de distribución selección y estrategias para incrementar el mercado. [En línea]. Consultado el 8 de abril de 2019. Disponible en: <https://es.slideshare.net/norbertomoraless/canales-de-distribucion-5913539>

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Tomando en cuenta que se desea mayores márgenes de ganancias, asegurar un excelente servicio al cliente, menores riesgos, óptimos tiempos de respuesta, un mayor seguimiento y control, se considera que el canal de comercialización más adecuado para la empresa es el directo.

No obstante, el canal indirecto se puede utilizar en situaciones donde la demanda de servicios sobrepase la capacidad de atención de la empresa. Con el fin de garantizar el cumplimiento de los trabajos de forma rápida, tomando en cuenta que esto es uno de los valores agregados que se ofrece a los clientes.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia. Por medio de la solicitud de cotizaciones, se elaboraron tablas comparativas de los precios manejados por la competencia en los diferentes servicios ofrecidos por la empresa (Carpintería, Electricidad, albañilería, Carpintería metálica y plomería).

También se podrá observar una propuesta de precios que manejará la empresa, los cuales se encuentran dentro del rango cobrado por la competencia.

- **Comparación de precios en servicios eléctricos**

Tabla 55 Comparación de precios entre empresas de servicios eléctricos.

| Descripción del servicio | Unid. | Electroriente | Internacional de eléctricos | Trabajador independiente | Propuesta |
|---|-------|---------------|-----------------------------|--------------------------|-----------|
| Instalación de punto eléctrico normal o regulado, incluye conexiones medición de voltaje ajuste de cableado, amarres y soportes necesarios para su correcto funcionamiento. | Unid. | \$ 120.000 | \$ 110.000 | \$ 80.000 | \$ 90.000 |
| Suministro e instalación de tubería EMT de 1/2", incluye cajas curvas y accesorios. | ML | \$ 25.000 | \$ 27.000 | \$ 10.000 | \$ 15.000 |
| Suministro e instalación de interruptor conmutable, marca Schneider. | Unid. | \$ 35.000 | \$ 36.000 | \$ 20.000 | \$ 25.000 |

Fuente: ELECTRORIENTE, Cotización N. 3429D del 10 de diciembre de 2019. Bucaramanga; INTERNACIONAL DE ELÉCTRICOS, Cotización N. F10987 del 2 de diciembre de 2019. Bucaramanga

- **Comparación de precios en servicios de albañilería**

Tabla 56 Comparación de precios entre empresas de servicios de albañilería.

| Descripción del servicio | Unid. | Ferretería ALDIA | John Robles Arquitectos | Trabajador independiente | Propuesta |
|--|-------|------------------|-------------------------|--------------------------|-----------|
| Pintura para muros en vinilo blanco tipo 1 Viniltex de Pintuco a dos manos | M2 | \$ 9.300 | \$ 10.000 | \$ 7.000 | \$ 90.000 |
| Suministro e instalación de cielo raso en Drywall, incluye perfilería, masilla y pintura a dos manos | M2 | \$ 56.000 | \$ 60.000 | \$ 40.000 | \$ 15.000 |
| Impermeabilización en con Sika Imper Mur para muros | M2 | \$ 29.000 | \$ 25.000 | \$ 15.000 | \$ 20.000 |

Fuente: FERRETERÍA ALDIA, Cotización N. R392403 del 12 de diciembre de 2019. Bucaramanga; JOHN ROBLES ARQUITECTOS, Cotización N. 329 del 21 de diciembre de 2019. Bucaramanga

- **Comparación de precios en servicios de plomería**

Tabla 57 Comparación de precios entre empresas de servicios de plomería.

| Descripción del servicio | Unid. | Plomería Atlantis | AG Plomería | Trabajador independiente | Propuesta |
|--|-------|-------------------|-------------|--------------------------|-----------|
| Destape de sifones de lavamanos, lava traperos y lavaplatos con sonda manual y químicos especiales | Und. | \$ 65.000 | \$ 90.000 | \$ 50.000 | \$ 60.000 |
| Punto agua potable 1/2 pulgada | Und. | \$ 35.000 | \$ 40.000 | \$ 25.000 | \$ 30.000 |
| Punto sanitario de piso 2 pulgadas, incluye sifón y rejilla | Und. | \$ 50.000 | \$ 65.000 | \$ 30.000 | \$ 40.000 |

Fuente: PLOMERÍA ATLANTIS, Cotización N. 769 del 5 de enero de 2019. Bucaramanga; AG PLOMERÍA, Cotización N. 9829 del 28 de diciembre de 2019. Bucaramanga

- **Comparación de precios en servicios de Carpintería**

Tabla 58 Comparación de precios entre empresas de servicios de Carpintería.

| Descripción del servicio | Unid. | Modugal | Madeka | LH Carpintería | Propuesta |
|--|-------|-----------|-----------|----------------|-----------|
| Suministro e instalación de bisagras puertas gavetas en muebles | Und. | \$ 15.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 12.000 |
| Mantenimiento cerraduras de puertas existentes por deterioro. Se refiere ajuste de pomo, reaseguramiento de componentes, limpieza. | Und. | \$ 25.000 | \$ 16.000 | \$ 14.000 | \$ 20.000 |
| Desmante de muebles de madera tipo closet | M2. | \$ 19.000 | \$ 10.000 | \$ 12.000 | \$ 15.000 |

Fuente: MODUGAL, Cotización N. 88327 del 2 de diciembre de 2019. Bucaramanga; MADEKA, Cotización N. C3920 del 22 de noviembre de 2019. Bucaramanga; LH CARPINTERÍA, Cotización N. 8429 del 14 de diciembre de 2019. Bucaramanga.

- **Comparación de precios en servicios de Carpintería metálica**

Tabla 59 Comparación de precios entre empresas de servicios de Carpintería metálica.

| Descripción del servicio | Unid. | PROMETCOL | ALUVIDRIOS | PUERTAS SANTANDER | Propuesta |
|---|-------|-----------|------------|-------------------|-----------|
| Servicio de reparaciones locativas desmonte de ventana en aluminio y vidrio | M2 | \$ 24.000 | \$ 26.300 | \$ 20.000 | \$ 22.000 |
| Suministro de pares correderas normales para cajones metálicos | M2 | \$ 22.000 | \$ 24.100 | \$ 15.000 | \$ 18.000 |
| Suministro e instalación de bisagra para puertas metálicas | Glb | \$ 20.000 | \$ 20.200 | \$ 14.000 | \$ 17.000 |

Fuente: PROMETCOL, Cotización N. P68327 del 21 de diciembre de 2019. Bucaramanga; ALUVIDRIOS, Cotización N. C9920 del 22 de noviembre de 2019. Bucaramanga; PUERTAS SANTANDER, Cotización N. F7429 del 14 de enero de 2019. Bucaramanga.

- **Comparación de precios en empresas de servicios integrales de mantenimiento locativo**

Tabla 60 Comparación de precios entre empresas de servicios integrales de mantenimiento locativo.

| Descripción del servicio | Unid. | CON&RECOL | Mantenimiento A&G servicios | Trabajador independiente | Propuesta |
|--|-------|------------|-----------------------------|--------------------------|-----------|
| Pintura para muros en vinilo blanco tipo 1 Viniltex de Pintuco a dos manos | M2 | \$ 9.300 | \$ 10.000 | \$ 7.000 | \$ 8.000 |
| Suministro e instalación de cielo raso en Drywall, incluye perfilería, masilla y pintura a dos manos | M2 | \$ 56.000 | \$ 60.000 | \$ 40.000 | \$ 45.000 |
| Instalación de punto eléctrico normal o regulado | Und. | \$ 120.000 | \$ 110.000 | \$ 80.000 | \$ 95.000 |
| Destape de sifones de lavamanos, lava traperos y lavaplatos con sonda manual y químicos especiales | Und. | \$ 116.000 | \$ 100.000 | \$ 50.000 | \$ 70.000 |

Fuente: CON&RECOL, Cotización N. B453429 del 5 de diciembre de 2019. Bucaramanga; MANTENIMIENTO A&G SERVICIOS, Cotización N. C43429 del 12 de enero de 2019. Bucaramanga

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Para determinar los precios para cada servicio ofrecido, en primer lugar, se calculará tomando en cuenta los costos implícitos y obteniendo un margen mínimo de utilidad bruta del 50%. Al asegurar la rentabilidad financiera del servicio, se procederá a comparar el valor calculado con el precio promedio cobrado por la competencia, y se seleccionará el mayor valor como precio del servicio.

No obstante, la estrategia será flexible ante la evolución del mercado, tomando en cuenta el aumento o disminución de la oferta y demanda de cada uno de los servicios.

Se debe mencionar que no se tomará como referencia los precios más bajos cobrados por la competencia, debido a que la empresa ofrecerá todos los servicios de manera integral, amplios horarios, un mejor servicio al cliente y garantizando una alta calidad, valores agregados que le permitirá al cliente una mayor satisfacción, confianza y calidad.

También se debe mencionar que el incremento anual de los precios se definirá teniendo en cuenta el aumento del IPC (índice de precios al consumidor).

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

Mediante los medios adecuados de promoción, las estrategias de publicidad buscan informar, persuadir y generar recordación en el mercado objetivo, con el fin de posicionar a la empresa dentro de los principales proveedores de mantenimiento locativo de Bucaramanga.

2.9.1 Objetivos. Las estrategias de publicidad y promoción para la nueva empresa tendrán los siguientes objetivos:

- Definir la composición textual y visual de la estrategia comunicativa para promover los servicios de la empresa.
- Informar mediante un mensaje claro y atractivo la nueva oferta de servicios de mantenimiento locativo en la ciudad de Bucaramanga, para que los usuarios de estos servicios conozcan una nueva opción.
- Motivar el efecto de recordación en el usuario con aspectos y servicios innovadores, que contribuyan a la permanencia del mensaje publicitario en la mente del consumidor.
- Persuadir a la población sobre la importancia del mantenimiento locativo de sus hogares, buscando que la primera opción para tomar estos servicios sea con la nueva empresa.
- Construir una marca fuerte y reconocida en el sector, logrando que la imagen de la nueva empresa sea positiva a la percepción del mercado objetivo.

2.9.2 Logotipo. Se diseña una imagen corporativa teniendo en cuenta las características principales de la empresa; el nombre, la labor a desarrollar, el mercado objetivo y los colores corporativos elegidos para el diseño principal de la empresa. Buscando generar recordación en la mente del cliente de manera que relacione la marca con el factor diferenciador que ofrece el producto.

A partir de esto, podemos enfocar nuestra estrategia a un posicionamiento perceptual, es decir, actuando sobre los aspectos intangibles del producto. Se quiere establecer la percepción de los clientes con respecto al concepto de diseño de marca (confianza) para garantizar que éste nos permita posicionarnos adecuadamente en el mercado objetivo.

De acuerdo con la encuesta anterior las personas perciben positivamente dos características principalmente en esta clase de servicios: confianza y cumplimiento.

Estas características se quisieron reflejar en la imagen corporativa realizada, siendo escogidos los dos colores que mejor las representan. El azul.

Además de buscar los colores que las representaran, se tenía que poner especial atención en generar un impacto positivo en su tipo de letra y diseño y evitar confusiones con otras marcas. La marca ha sido diseñada de forma gráfica para ser identificada por el cliente una vez tenga clara la categoría. A continuación, se muestran ejemplos que se tuvieron en cuenta en el proceso del diseño:

Imagen 25: Alternativas de diseño del nombre y logotipo de la empresa



Finalmente, y después de varios intentos y pruebas, se escogió el diseño presentado a continuación:

Imagen 26: Logotipo de la empresa



2.9.3 Slogan. El lema es explicar de forma sencilla la propuesta de valor de la marca o aquello que constituye su principal argumento de cara al mercado. Es una frase breve que sirve para reforzar y concretar aún más el mensaje que se quiere transmitir, juntamente con el logo, de modo que la marca sea percibida de la forma esperada²³.

La frase identificativa en la empresa será representada por:

“Tu satisfacción es nuestra prioridad”

El lema predeterminado para la empresa visualiza que los servicios a ofrecer se encuentran enfocados en el área de la satisfacción de los clientes, los cuales tienen como propósito cubrir las necesidades de la población soluciones integrales a todos los problemas de equipos y locativos.

El análisis a cada palabra utilizada es:

- **Tu:** Hace énfasis al mercado, el cual puede ser cualquier persona que necesite de nuestros servicios
- **Satisfacción:** Hace referencia a lo que queremos lograr que sientan nuestros clientes, al terminar cada servicio prestado.
- **Es:** Sufijo que acompaña otras palabras para hablar sobre algo o alguien.
- **Nuestra:** Hace referencia a todos los trabajadores directos e indirectos que harán parte de la empresa.
- **Prioridad:** Hace referencia a que cual será el principal objetivo que la empresa; la satisfacción del cliente.

²³ ISAZA, Juan J. SLOGAN: CÓMO DISEÑARLO Y ALGUNOS EJEMPLOS FAMOSOS. [En línea]. Consultado el 9 de abril de 2019. Disponible en: <http://bienpensado.com/slogan-como-disenarlo-y-algunos-ejemplos-famosos/>

2.9.4 Análisis de medios. A continuación, para, se hace un análisis cualitativo de las ventajas y desventajas de cada medio de promoción existente, para poder determinar el tipo de publicidad más adecuada para la empresa

- **Canales de televisión:** La ciudad de Bucaramanga cuenta con un canal regional Canal TRO y dos locales (TVC) y (Tele Santander) que constantemente ofrecen información de interés general a todos los habitantes del área metropolitana. Además de los cinco canales nacionales: los 2 privados Caracol y RCN, y los 3 públicos Canal Uno, Señal Institucional y Señal Colombia.

Tabla 61 Ventajas y desventajas de la publicidad televisiva

| MEDIO | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|------------|---|---|
| TELEVISIÓN | Amplia cobertura. La cual aumenta si se trata de canales reconocidos y se transmite en horarios de mayor audiencia. | Requiere una gran inversión por segundo transmitido de publicidad. |
| | Se puede utilizar videos, lo cual permite transmitir un mensaje más claro y atractivo | Limitaciones en el manejo del tiempo. |
| | Mensajes de impacto fuerte con una mayor recordación. | Las tarifas dependen del horario de la franja, día de la semana y su rating de audiencia. |
| | Se puede observar demostraciones del servicio. | |
| | Cobertura de todos los niveles socioeconómicos de la ciudad | |

Fuente: Marketing Inteligente²⁴

²⁴ : Marketing Inteligente. Ventajas y desventajas de los medios publicitarios. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.marketinginteli.com/documentos->

- **Estaciones de radio locales:** En Bucaramanga existen 14 emisoras en la frecuencia F.M. y 16 en frecuencia A.M., en las que se encuentran emisoras de farándula, chistes programas y noticias. Generalmente se caracterizan por el género musical (música romántica, vallenato, tropical,ailable, electrónica), por temas educativos (UIS estéreo, Luis Carlos Galán Sarmiento) o ser informativos.

Tabla 62 Ventajas y desventajas de la publicidad radial

| MEDIO | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|-------|---|--|
| RADIO | Amplia cobertura. Llegando a todos los sectores socioeconómicos de la ciudad. | La radio no contiene imágenes visuales, por lo tanto, es más difícil lograr un mensaje claro y atractivo. |
| | Los costos no son elevados para el cubrimiento que permite y la frecuencia de transmisión | La gran cantidad de comerciales hace que los oyentes se distraigan fácilmente y pierdan la atención. |
| | El oyente puede estar realizando otras actividades mientras escucha la publicidad. | Los anuncios generalmente son cortos y se transmiten rápidamente. Por tanto, no se puede asegurar que el oyente haya logrado anotar la información de la empresa |

Fuente: Marketing Inteligente²⁵

- **Periódicos locales:** En Bucaramanga circulan diarios regionales como Vanguardia Liberal, El Frente, Q'hubo y algunos semanarios gratuitos como; Gente de Cabecera y Gente de Cañaveral. También circulan los periódicos nacionales como el Tiempo y el Espectador.

marketing/integrated-marketing-communications/ventajas-y-desventajas-de-los-medios-publicitarios/

²⁵ Ibid., p.127

Tabla 63 Ventajas y desventajas de la publicidad en prensa

| MEDIO | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|--------|--|--|
| PRENSA | Las publicaciones diarias alcanzan una cobertura diversa y amplia. | Contiene mucha publicidad que hace perder a los lectores la atención. |
| | Costo asequible para las empresas. | El periódico no es el medio más popular para las nuevas generaciones. |
| | Es de cobertura principalmente local. | Los anuncios incluidos en páginas de poco interés para el consumidor no son leídos. |
| | Tener que sostener y leer, produce mayor atención en los anuncios. | El espacio es ilimitado en los periódicos. Anuncios de mayor tamaño implican mayores costos. |

Fuente: Marketing Inteligente²⁶

- **Redes sociales y páginas de internet:** La Web es un medio cada vez más frecuentado por las personas para buscar servicios o productos que requieran. Por tanto, es una herramienta muy eficaz para promocionar la empresa y lograr un gran alcance. Inicialmente se puede realizar por medio de redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, debido a que sus costos de publicación son mínimos.

²⁶ Ibid., p.127/

Tabla 64 Ventajas y desventajas de la publicidad en internet

| MEDIO | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|----------|--|---|
| INTERNET | Bajo costo en las publicaciones (en redes sociales puede ser gratuito) y un alto alcance. Por lo tanto, tiene una excelente relación costo/beneficio. | Para algunas personas todavía genera |
| | Los anunciantes pueden seleccionar cobertura colocando banner en otras páginas de temas relacionados. | desconfianza comprar o adquirir un servicio por |
| | Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápidamente. | internet. |
| | Cada vez es más utilizado por las personas para buscar servicios y productos | En la actualidad |
| | Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Se puede obtener respuesta inmediata del lector, puede tomar órdenes de compra o contestar preguntas de manera inmediata. | hay un auge publicidad y de competencia |

Fuente: Marketing Inteligente²⁷

- **Publicidad impresa:**

Este tipo de publicidad compuesta por vallas, volantes, pendones, folletos y tarjetas de presentación. Los cuales son entregados directamente a las personas o colocados en puntos estratégicos de la ciudad, los cuales pueden ser ferreterías, carpinterías, distribuidores de repuestos eléctricos, entre otros.

²⁷ Ibid., p.127

Tabla 65 Ventajas y desventajas de la publicidad impresa

| MEDIO | VENTAJA | DESVENTAJA |
|---|--|---|
| PUBLICIDAD EXERIOR (Vallas y pendones) | Dependiendo de su ubicación, puede lograr un gran alcance. | Es difícil alcanzar audiencias específicas. |
| | Fuerte permanencia del mensaje. | Es difícil medir su efectividad. |
| | Las personas pueden fácilmente anotar la información de la empresa. | Puede dañarse por las inclemencias del tiempo, o ser vandalizado. |
| | Alto impacto debido al gran tamaño visual. | Alto costo. |
| PUBLICIDAD DIRECTA (Volantes, folletos y tarjetas de presentación) | Su selectividad permite llegar al mercado objetivo, evitando el mal uso de la inversión. | En la tendencia actual, se descarta este tipo de publicidad, existe poco interés en leer el volante que se recibe y en muchas ocasiones se niega a recibirlo. |

Fuente: Marketing Inteligente²⁸

2.9.5 Selección de medios. Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la investigación de mercados, en primer lugar, se evidencio que la publicidad impresa (volantes, avisos, folletos, tarjetas de presentación, entre otros) en la actualidad son poco efectivos, debido a que solo el 5% de la población toma como referencia este medio para elegir su proveedor de mantenimiento locativo.

De igual manera se pudo observar que los medios más utilizados para la búsqueda de estos servicios son las redes sociales y diferentes páginas de internet, con un

²⁸ Ibid., p.127

47% de los encuestados. Seguido en una menor medida las pautas en medios de comunicación como prensa, radio y televisión, con tan solo 9%.

Por lo anterior y debido al alto alcance que puede llegar a tener y la excelente relación costo/beneficio, la empresa inicialmente ejecutará sus estrategias publicitarias por medio de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. Seguidamente, se enfocará la promoción en buscadores y páginas web como YouTube, OLX, Google, entre otros.

Con unos años en el mercado y teniendo una estabilidad financiera se buscará realizar pautas televisivas en un canal regional. Este tipo de publicidad logrará que la imagen de la empresa obtenga mayor confiabilidad y reconocimiento, buscando ser referencia en el mercado local y permitiendo el crecimiento a nivel nacional.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. El objetivo principal de la publicidad promocional es lograr un efecto directo sobre el cliente para que adquiera el servicio a fin de incrementar las ventas. La empresa utilizará como estrategia publicitaria los anuncios redes sociales como (Facebook, Instagram y Twitter), así mismo se contará con una presentación de servicios en donde se presenten las características de los servicios ofrecidos, así como una descripción formal de la empresa.

Con el fin de dar a conocer la empresa, conseguir clientes, mejorar servicios, tecnificar servicios y mejorar las prácticas del servicio es importante participar en eventos que sean promovidos por el sector de los servicios y que cuenten con el apoyo de entidades y empresas reconocidas, como la cámara de comercio de Bucaramanga.

La página de Facebook de la empresa se puede visualizar en el siguiente link:

<https://www.facebook.com/QueBienSantander/>

La cuenta de Instagram se puede observar en el siguiente link:

https://www.instagram.com/que.bien_reparaciones/

A continuación, se puede observar capturas de pantalla de las redes sociales que maneja la empresa y de la publicidad que allí se encuentra:

Imagen 27: Imagen publicitaria de la empresa



Fuente: Imágenes tomadas de Pinterest²⁹

²⁹ Pinterest. Mantenimiento locativo. [En línea] Consultado el 7 de junio del 2020. Disponible en: https://co.pinterest.com/search/pins/?q=mantenimiento&rs=typed&term_meta

Imagen 28: Imagen promocional de la empresa



Fuente: Imágenes tomadas de Pinterest³⁰

Imagen 29: Vista de página en Facebook de la empresa



Fuente: Facebook. Pagina Qué Bien³¹

³⁰ Pinterest. Mantenimiento locativo. [En línea] Consultado el 7 de junio del 2020. Disponible en: [https://co.pinterest.com/search/pins/?q=mantenimiento&rs=typed&term_meta\[\]=mantenimiento%7Ctyped](https://co.pinterest.com/search/pins/?q=mantenimiento&rs=typed&term_meta[]=mantenimiento%7Ctyped)

³¹ Facebook. Que Bien [En línea] Consultado el 7 de junio del 2020. Disponible en: <https://www.facebook.com/QueBienSantander/>

Imagen 30: Vista de página en Instagram de la empresa



Fuente: Instagram. Pagina Qué Bien³²

Adicionalmente como estrategia publicitaria, la participara en los diferentes eventos empresariales y ferias de emprendimiento que se realicen en la ciudad, como los promovidos por la cámara de comercio y las universidades.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento. Para el lanzamiento del proyecto, la primera inversión se realizará en la compra del dominio y creación de la página Web de la empresa. De igual manera se contratará los servicios de un diseñador gráfico o publicista que ayudará a generar publicaciones de alto impacto en las redes

³² Instagram. Que Bien [En línea] Consultado el 7 de junio del 2020. Disponible en: https://www.instagram.com/que.bien_reparaciones/?hl=es-la

sociales, combinado con publicidad paga en diferentes páginas de internet como OLX, mercado libre, YouTube o Google.

Aunque las estrategias no están enfocadas a la publicidad impresa, es importante tener a disposición una cantidad mínima de pendones, folletos y tarjetas de presentación, para ser expuestos y entregados en eventos o actividades empresariales en las que se participará. De igual manera se debe instalar avisos en el interior y exterior de las instalaciones de la empresa.

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, se procedió a cotizar el costo de los servicios y productos requeridos para la publicidad de lanzamiento, como se podrá observar a continuación:

Tabla 66: Presupuesto de lanzamiento.

| Concepto | Valor |
|--------------------------|---------------------|
| Creación de página Web | \$ 1'000.000 |
| Servicios de publicista | \$ 500.000 |
| Publicidad en Internet | \$ 1'000.000 |
| Folletos | \$ 300.000 |
| Tarjetas de presentación | \$ 100.000 |
| Pendones | \$ 200.000 |
| Publicidad del local | \$ 700.000 |
| Total | \$ 3.800.000 |

Fuente: Graficar, Agencia de publicidad.³³

³³ GRAFICAR, Agencia de publicidad. Cotización N. 3429 del 22 de diciembre de 2019. Bucaramanga

2.9.7.2 Presupuesto de operación. Para cumplir con los objetivos de mercadeo y posicionar la empresa, durante la operación es necesario continuar con las estrategias de publicidad planteadas. Para esto se debe; mantener y actualizar la página Web, contar con los servicios de un publicista o diseñador gráfico y continuar con la publicidad paga en internet.

Anualmente también se debe actualizar los folletos, tarjetas de presentación y pendones. También, se debe presupuestar la inscripción a eventos empresariales y ferias de emprendimiento, tomando en cuenta que no todas son gratuitas.

En el siguiente Cuadro se observa el valor anual necesario para mantener la publicidad de la empresa y poder lograr los objetivos de mercadeo.

Tabla 67: Presupuesto de operación anual.

| Concepto | Valor anual |
|-------------------------------------|---------------------|
| Mantenimiento de página Web | \$ 300.000 |
| Servicios de publicista | \$ 1.000.000 |
| Publicidad en Internet | \$ 2.000.000 |
| Folletos | \$ 300.000 |
| Tarjetas de presentación | \$ 100.000 |
| Cambio de Pendones | \$ 200.000 |
| Inscripción a eventos empresariales | \$ 500.000 |
| Total | \$ 4.400.000 |

Fuente: Graficar, Agencia de publicidad.³⁴

³⁴ Ibid., p. 135

3 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se realizará un análisis de los servicios prestados, indicando la combinación de los insumos y recursos utilizados por el proyecto, buscando el cumplimiento del objetivo previsto de manera efectiva y eficiente. Identificando alternativas técnicas que permitirían lograr los objetivos del proyecto y, además, cumplir con las normas técnicas.

En este estudio técnico se definirá las especificaciones técnicas de los insumos necesarios para ejecutar el proyecto: el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales; el nivel de calificación de la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos; la localización; la programación de inversiones iniciales y de reposición y los calendarios de mantenimiento.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Para definir el tamaño del proyecto se tienen restricciones importantes como lo es el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y tecnológico, los cuales estarán medidos por la cantidad de servicios que se presten a los usuarios, todo con el fin de determinar el alcance que tiene el proyecto.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Para definir el tamaño del proyecto se tienen restricciones importantes como lo es el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y tecnológico, los cuales estarán medidos por la cantidad de servicios que se presten a los usuarios, todo con el fin de determinar el alcance que tiene el proyecto.

3.1.2.1 Capacidad financiera. El financiamiento para la empresa está planteado para cumplir las obligaciones generales tanto de los salarios de los trabajadores como de la adquisición de las maquinarias, equipos y herramientas primordiales para el funcionamiento de la organización, el cual este definido obtenerlos por medio de créditos independientes de los asociados, como de la búsqueda de fondos de inversión a proyectos como son (Sena emprender, Colciencias, Fondo Emprender, Cámara de Comercio de Bucaramanga, entre Otros), donde estará limitado para dar el cumplimiento mínimo de la demanda de servicio.

3.1.2.2 Tamaño del mercado. Conforme al estudio de mercados se encontró que existe una demanda insatisfecha cuantificada del 55% que están interesados en utilizar los servicios de mantenimiento y reparación locativa ofrecidos por la empresa, por esta razón no existe restricción en el mercado.

3.1.2.3 Demanda. La demanda que presenta este estudio de proyecto está cuantificada, en la que es importante tener en cuenta que está sujeta a la decisión de los usuarios en contratar alguno de los servicios que presta la empresa, lo cual es una limitante para condicionar el tamaño de la empresa.

3.1.2.4 Disponibilidad del recurso humano. Para la prestación de los servicios de mantenimiento locativo y de reparación de equipos, se contará con personal capacitado y entrenado para dar la atención al servicio requerido, desde el momento de solicitud del servicio hasta la finalización de él, por lo tanto, es una condición que limite el tamaño del proyecto.

3.1.2.5 Disponibilidad de materiales e insumo. La empresa no tiene restricciones para determinar el tamaño por parte de los materiales e insumos, ya que el área metropolitana cuenta con una amplia gama de establecimientos en los cuales se pueden conseguir los implementos necesarios que se utilizaran para la prestación de los servicios.

3.1.2.6 Disponibilidad de administrativa y tecnológica. El proyecto no hace dependencia de este factor, puesto que la empresa requiere es de un software que ofrezca la tecnología suficiente para realizar el procedimiento de información y de la comunicación, en el cual cumpla los mínimos requerimientos para una eficiente prestación de los servicios.

3.1.2.7 Disponibilidad de administrativa y tecnológica. La empresa no tiene manejos considerables en el impacto ambiental, el cual restrinja en lo absoluto el tamaño de la empresa para prestar los servicios.

3.1.2.8 Localización. La localización no es un factor limitante para el proyecto, porque los requerimientos de espacios y ubicación contemplan una sede con oficina y espacio para parquear los vehículos de la atención del servicio, lo cual el área metropolitana de Bucaramanga presenta zonas centrales y comerciales para la implementación de la empresa.

3.1.2.9 Disponibilidad de recursos propios y de terceros. Los recursos propios son un factor de gran importancia para la empresa, puesto que serán según la necesidad que se plantee y en tanto a la disponibilidad de terceros, existen diferentes modalidades para obtenerlos.

3.1.3 Capacidad del proyecto. En este caso el tamaño óptimo del proyecto se medirá por el número de servicios realizados al año. Los cuales están estrechamente relacionados con los resultados del estudio de mercados y la cantidad de especialistas o expertos con que contará la empresa, los cuales serán inicialmente cinco.

Para determinar las diferentes capacidades de la empresa, se debe calcular el porcentaje de participación de cada servicio tomando los resultados obtenidos de la demanda anual.

Tabla 68: Porcentaje de participación de cada servicio

| Servicio | Servicios anuales | Porcentaje de participación |
|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| Eléctrico | 46.625 | 30% |
| Construcción | 38.854 | 25% |
| Plomería. | 33.909 | 21% |
| Carpintería metálica | 20.958 | 13% |
| Carpintería. | 17.661 | 11% |
| Total | 158.008 | 100% |

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Esta corresponderá al número máximo de servicios que la empresa puede realizar, tomando en cuenta los especialistas en mantenimiento que se contratarán, la cantidad máxima de horas laborables legalmente permitidas a la semana y el tiempo promedio de realización de cada servicio.

En primer lugar, se debe calcular las horas operativas que puede trabajar la empresa durante la semana, para esto se tomó la jornada laboral más todas las horas extras legalmente permitidas.

$$\text{Cant. máxima de Horas Laborales} = 60 \frac{\text{horas}}{\text{semana}}$$

$$\begin{aligned} & \text{Cant. máxima de Horas operativas de la empresa} \\ & = \text{Cant. especialistas} * \text{Cant. máxima de Horas Laborales} \end{aligned}$$

$$\text{Cant. máxima de Horas operativas de la empresa} = 5 * 60 \frac{\text{horas}}{\text{semana}}$$

$$\text{Cant. máxima de Horas operativas de la empresa} = 300 \frac{\text{horas}}{\text{semana}}$$

También se debe tomar en cuenta el tiempo de realización de cada servicio bajo condiciones ideales y máxima eficiencia.

Tabla 69: Tiempo de realización por servicio en máxima eficiencia

| Tipo de servicio | Tiempo promedio de realización |
|----------------------|--------------------------------|
| Eléctrico | 3 horas |
| Construcción | 6 horas |
| Plomería. | 3 horas |
| Carpintería metálica | 4 horas |
| Carpintería. | 6 horas |

Antes de determinar la capacidad de diseño, se calculará el tiempo (horas) requerido para realizar 100 servicios, recordando que se debe tomar en cuenta el porcentaje de participación de cada servicio y el tiempo promedio de realización.

Tabla 70: Tiempo (horas) requerido para realizar 100 servicios

| Tipo de servicio | Cantidad | Tiempo promedio de realización (horas) | |
|----------------------|------------|--|------------|
| | | Por servicio | Total |
| Eléctrico | 30 | 3 | 89 |
| Construcción | 25 | 6 | 148 |
| Plomería. | 21 | 3 | 64 |
| Carpintería metálica | 13 | 4 | 53 |
| Carpintería. | 11 | 6 | 67 |
| Total | 100 | 22 | 421 |

Con el resultado obtenido y sabiendo que la empresa en su máxima capacidad y eficiencia podría llegar a trabajar 300 horas semanales. Se procede a realizar una regla de tres para calcular el número de servicios que pueden atenderse en una semana.

$$\text{Capacidad total diseñada} = \text{horas laboradas/semana} * \frac{100 \text{ servicios}}{421 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad total diseñada} = 300 \text{ horas/semana} * \frac{100 \text{ servicios}}{421 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad total diseñada} = 71 \text{ servicios/semana}$$

Tomando en cuenta el porcentaje de participación de cada servicio, se procede a calcular la capacidad total diseñada semanal, mensual y anual para cada servicio ofrecido.

Tabla 71: Capacidad diseñada

| Tipo de servicio | Porcentaje participación | Servicios realizados | | |
|----------------------|--------------------------|----------------------|-----|-------------|
| | | Semana | Mes | Año |
| Eléctrico | 21% | 21 | 84 | 1010 |
| Construcción | 35% | 18 | 70 | 842 |
| Plomería. | 15% | 15 | 61 | 735 |
| Carpintería metálica | 13% | 9 | 38 | 454 |
| Carpintería. | 16% | 8 | 32 | 383 |
| Total | 100% | 71 | 285 | 3424 |

En la anterior tabla se pudo determinar que la empresa puede realizar un máximo de 3.424 servicios anuales con sus empleados directos. No obstante, se debe mencionar que este valor puede aumentar si se toma en cuenta los servicios que se pueden ejecutar con especialistas subcontractados.

3.1.3.2 Capacidad instalada. La capacidad instalada de la empresa corresponderá al número de servicios que la empresa con sus empleados puede realizar en una semana laboral (sin incluir horas de trabajo extra) y tomando en cuenta los tiempos muertos que aumentan la duración de los trabajos.

De igual manera que en la capacidad diseñada, primero se debe calcular las horas operativas que puede trabajar la empresa durante la semana. Para esto se tomó la jornada laboral normal sin tomar en cuenta las horas extras.

$$\text{Horas Laborales} = 48 \frac{\text{horas}}{\text{semana}}$$

Horas operativas de la empresa

*= Cant. especialistas * Cant. máxima de Horas Laborales*

$$\text{Horas operativas de la empresa} = 5 * 48 \frac{\text{horas}}{\text{semana}}$$

$$\text{Horas operativas de la empresa} = 240 \frac{\text{horas}}{\text{semana}}$$

En este caso, el tiempo de ejecución de los trabajos puede estar afectada por diferentes imprevistos, debido a que los servicios ofrecidos se realizan en las instalaciones del cliente. Algunos de estos eventos pueden ser;

- El servicio se debe realizar en un lugar muy alejado de las instalaciones de la empresa
- Demoras en traslado de los especialistas por un alto tráfico vehicular.
- Se requieren herramientas o repuestos que el especialista no tiene a disposición y debe ser pedida a la empresa.
- Se evidencia un problema más grave en la infraestructura y que es la causa raíz de la reparación contratada. Por lo tanto, se debe solucionar con antelación del servicio.
- Contratiempos del cliente que impidan iniciar a la hora programada o contar con el tiempo para terminar el trabajo.

Por lo anterior y con base a la experiencia, los tiempos de ejecución pueden llegar a aumentar hasta una tercera parte de lo planeado. Por consiguiente, para el cálculo de la capacidad instalada se aumentará un 33,33% en los tiempos promedios de ejecución de los servicios, con respecto a lo planeado en la capacidad diseñada.

Tabla 72: Tiempo de realización por servicio en condiciones normales

| Tipo de servicio | Tiempo promedio de realización |
|----------------------|--------------------------------|
| Eléctrico | 4 horas |
| Construcción | 8 horas |
| Plomería. | 4 horas |
| Carpintería metálica | 5 horas |
| Carpintería. | 8 horas |

Antes de determinar la capacidad instalada, se calculará el tiempo (horas) requerido para realizar 100 servicios, recordando que se debe tomar en cuenta el porcentaje de participación de cada servicio y el tiempo promedio de realización.

Tabla 73: Tiempo (horas) requerido para realizar 100 servicios

| Tipo de servicio | Cantidad | Tiempo promedio de realización (horas) | |
|----------------------|------------|--|------------|
| | | Por servicio | Total |
| Eléctrico | 30 | 4 | 118 |
| Construcción | 25 | 8 | 197 |
| Plomería. | 21 | 4 | 86 |
| Carpintería metálica | 13 | 5 | 71 |
| Carpintería. | 11 | 8 | 89 |
| Total | 100 | 29 | 561 |

Con el resultado obtenido y sabiendo que la empresa en su máxima capacidad y eficiencia podría llegar a trabajar 240 horas semanales. Se procede a realizar una

regla de tres para calcular el número de servicios que pueden atenderse en una semana.

$$\text{Capacidad total instalada} = \text{horas laboradas/semana} * \frac{100 \text{ servicios}}{421 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad total instalada} = 240 \text{ horas/semana} * \frac{100 \text{ servicios}}{561 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad total instalada} = 43 \text{ servicios/semana}$$

Tomando en cuenta el porcentaje de participación de cada servicio, se procede a calcular la capacidad diseñada semanal, mensual y anual para cada servicio ofrecido.

Tabla 74: Capacidad instalada

| Tipo de servicio | Porcentaje participación | Servicios realizados | | |
|----------------------|--------------------------|----------------------|------------|-------------|
| | | Semana | Mes | Año |
| Eléctrico | 21% | 13 | 51 | 606 |
| Construcción | 35% | 11 | 42 | 505 |
| Plomería. | 15% | 9 | 37 | 441 |
| Carpintería metálica | 13% | 6 | 23 | 272 |
| Carpintería. | 16% | 5 | 19 | 230 |
| Total | 100% | 43 | 171 | 2054 |

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Para determinar la capacidad utilizada se tomó en cuenta las contingencias en la prestación de los servicios, ausentismos de personal, baja eficiencia, reprocesos, entre otros. Para la empresa se tiene planteado una capacidad inicial (primer año) del 50% de la capacidad instalada.

En donde se espera que la demanda de los servicios de la empresa crezca año a año de forma que se cumpla la capacidad instalada en años futuros, en los cuales se espera que se cumpla al sexto año.

El cálculo de la capacidad utilizada se realizó por medio de la siguiente operación:

$$\textit{Capacidad utilizada para el 1 año} = \textit{Capacidad instalada} * 50\%$$

En la siguiente tabla se puede observar la capacidad utilizada calculada.

Tabla 75: Capacidad utilizada

| Tipo de servicio | Servicios realizados | | |
|----------------------|----------------------|-----------|-------------|
| | Semana | Mes | Año |
| Eléctrico | 6 | 25 | 303 |
| Construcción | 5 | 21 | 253 |
| Plomería. | 5 | 18 | 220 |
| Carpintería metálica | 3 | 11 | 136 |
| Carpintería. | 2 | 10 | 115 |
| Total | 21 | 86 | 1027 |

A continuación, se procede a realizar la proyección de la capacidad utilizada a cinco años, tomando en cuenta que el crecimiento anual del sector servicios en la ciudad de Bucaramanga es del 3,0%³⁵.

La proyección se realiza teniendo en cuenta la siguiente ecuación:

³⁵ Alcaldía de Bucaramanga. Plan de desarrollo 2020-2023 Bases de la agenda regional. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/la-ruta/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-2020-2023-2.pdf>

$$F = p (1+i)^n$$

Donde;

n= 1, 2, 3, 4 y 5 años

p = valor presente de la capacidad utilizada

I = Factor de crecimiento de (3%)

F = valor futuro

Se procede a calcular la proyección de la demanda para cada uno de los servicios ofrecidos, hasta el año 2025 (año 5 de este estudio).

Tabla 76: Proyección de la Capacidad utilizada

| Servicio ofrecido | Capacidad utilizada (Servicios anuales) | | | | | |
|----------------------|---|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Eléctrico | 303 | 312 | 322 | 331 | 341 | 351 |
| Construcción | 253 | 260 | 268 | 276 | 284 | 293 |
| Plomería. | 220 | 227 | 234 | 241 | 248 | 256 |
| Carpintería metálica | 136 | 140 | 145 | 149 | 153 | 158 |
| Carpintería. | 115 | 118 | 122 | 125 | 129 | 133 |
| TOTAL | 1.027 | 1.058 | 1.090 | 1.122 | 1.156 | 1.191 |

3.2 LOCALIZACIÓN

Con este estudio de localización se determinó el lugar de ubicación óptimo del proyecto, buscando la mejor utilización de los recursos tendientes a la disminución de los costos. Este análisis se divide en dos fases, correspondiente al estudio de la macro localización, es decir la determinación de una región para la ubicación del proyecto y la micro localización referida a la fijación de un sitio específico en donde funcionara la empresa.

3.2.1 Macro localización. Tomando en cuenta los aspectos sociales, condiciones de infraestructura, beneficios estratégicos, entre otros. Se determinó que la mejor ubicación dentro del área metropolitana es dentro de la ciudad de Bucaramanga. Ya que en este municipio se encuentra gran parte del mercado objetivo y hay un fácil acceso a los proveedores, siendo adecuado para la ubicación de la empresa, y la atención del área metropolitana.

3.2.2 Micro localización. Para la determinación de la ubicación más adecuada para el funcionamiento de la empresa se tuvieron en consideración dos lugares del municipio de Bucaramanga, que son el barrio la aurora y el barrio san francisco por ser céntrico en la ciudad, en donde se utilizó la técnica de selección de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados con un puntaje de 1000, en donde se tuvo en cuenta el de mayor factibilidad inmediata a los requerimientos de servicios.

➤ **Factores y grados**

• **Factores:**

Tabla 77 Factores de ponderación

| Factor | Descripción | Porcentaje | Puntos |
|---------------|--|-------------------|---------------|
| F1 | Disponibilidad de vías de acceso | 20% | 200 |
| F2 | Disponibilidad de transporte | 5% | 50 |
| F3 | Disponibilidad de servicios públicos | 10% | 100 |
| F4 | Costos de arrendamiento de las instalaciones | 15% | 150 |
| F5 | Disponibilidad de infraestructura | 20% | 200 |
| F6 | Costo de servicios públicos | 5% | 50 |
| F7 | Impacto social | 10% | 100 |
| F8 | Proveedores | 15% | 150 |
| TOTAL | | 100% | 1000 |

- **Grados:**

Tabla 78 Grado de disponibilidad de vías de acceso

| F1: Disponibilidad de vías de acceso | | | |
|---|-------------------|---|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Malo | Sin vías de acceso | 0 |
| G2 | Regular | Pocas vías de acceso | 67 |
| G3 | Bueno | Es adecuado el número de vías de acceso | 134 |
| G4 | Muy bueno | Tiene múltiples vías de acceso | 200 |

Tabla 79 Grado de disponibilidad de transporte

| F2: Disponibilidad de transporte | | | |
|---|-------------------|---|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Malo | No existen rutas de transporte | 0 |
| G2 | Regular | Hay pocas rutas de transporte | 17 |
| G3 | Bueno | Tiene rutas de transporte | 34 |
| G4 | Muy bueno | Tiene rutas de transporte como de metro línea | 50 |

Tabla 80 Grado de disponibilidad de servicios públicos

| F3: Disponibilidad de servicios públicos | | | |
|---|-------------------|-------------------------------------|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Malo | No hay servicios públicos | 0 |
| G2 | Regular | Hay servicios limitados | 50 |
| G3 | Bueno | Hay totalidad de servicios públicos | 100 |

Tabla 81 Grado de costos de arrendamiento de las instalaciones

| F4: Costos de arrendamiento de las instalaciones | | | |
|---|-------------------|-----------------------------|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Muy costoso | Más de 3.000.000 | 0 |
| G2 | Costoso | Entre 1.000.000 y 3.000.000 | 75 |
| G3 | Económico | Menos de 1.000.000 | 150 |

Tabla 82 Grado de disponibilidad de la infraestructura

| F5: Disponibilidad de infraestructura | | | |
|--|-------------------|----------------------------|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Malo | Poca área de trabajo | 0 |
| G2 | Regular | Suficiente área de trabajo | 100 |
| G3 | Bueno | Bastante área de trabajo | 200 |

Tabla 83 Grado de costos de servicios públicos

| F6: Costo de servicios públicos | | | |
|--|-------------------|---------------------------|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Muy costoso | Más de 1.000.000 | 0 |
| G2 | Costoso | Entre 500.000 y 1.000.000 | 25 |
| G3 | Económico | Menos de 500.000 | 50 |

Tabla 84 Grado de impacto social

| F7: Impacto social | | | |
|---------------------------|-------------------|------------------------|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Malo | No despierta interés | 0 |
| G2 | Regular | Despierta interés | 50 |
| G3 | Bueno | Despierta gran interés | 100 |

Tabla 85 Grado de proveedores

| F6: Proveedores | | | |
|------------------------|-------------------|-----------------------------|----------------|
| Grado | Definición | Descripción | Puntaje |
| G1 | Malo | No hay proveedores | 0 |
| G2 | Regular | Hay escasos proveedores | 75 |
| G3 | Bueno | Hay variedad en proveedores | 150 |

Para la determinación de la mejor ubicación se calificó los barrios dándole un puntaje según la clasificación anterior, el cual se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla 86 Evaluación de los barrios para la micro localización

| Factor | Barrio la Aurora | | Barrio San francisco | |
|---------------|-------------------------|----------------|-----------------------------|----------------|
| | Grado | Puntaje | Grado | Puntaje |
| F1 | G3 | 134 | G3 | 134 |
| F2 | G3 | 34 | G2 | 17 |
| F3 | G3 | 100 | G3 | 100 |
| F4 | G1 | 0 | G2 | 75 |
| F5 | G3 | 200 | G2 | 100 |
| F6 | G1 | 0 | G3 | 50 |
| F7 | G2 | 50 | G3 | 100 |
| F8 | G2 | 75 | G1 | 0 |
| Total | | 593 | Total | 576 |

El sector que cuenta con el mayor número de características necesarias para la localización de la empresa es el barrio la AURORA.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio

A continuación, la ficha técnica para la prestación de cada uno de los servicios.

Tabla 87 Ficha técnica del proyecto

|  | |
|---|---|
| Servicios ofrecidos | <p>Mantenimiento y reparaciones locativas, como:</p> <ul style="list-style-type: none">• Electricidad: Revisión de sistemas eléctricos, conectores, controles, tacos, interruptores de energía dañados, cortos, conexiones en calentadores, ajuste de bornes, luminarias, instalación puntos de redes y eléctricos, etc.• Plomería: Mantenimiento, reparaciones en redes hidráulicas, desagües, tuberías sanitarias, sifones, bajantes, etc. |

| | |
|-----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Carpintería: Mantenimiento y reparaciones de puertas maderas, guarda escobas, cerraduras, gabinetes, archivadores rodantes, ajuste de escritorios, etc. • Construcción: Instalación de muros en mampostería, Drywall, Eterboard, perfilería para cielorraso, plataformas en cubierta, plataformas de tanque, desmantelamientos de muros, etc. Servicio de pintura en fachada e interior de las edificaciones. • Carpintería metálica: Mantenimiento correctivo y preventivo en puertas de vidrios templados, ventanas, claraboyas, domos, nivelación de puertas, reparación películas polarizadas, etc. |
| Perfil del personal | La empresa cuenta personal especialista en electricidad, construcción, carpintería, Plomería y soldadura con experiencia mayor a 1 año. |
| Horario de atención | Las solicitudes de los servicios se realizan en horario de oficina: lunes a viernes de 8 a.m. a 12 m y de 2 pm a 6 p.m. Los mantenimientos se realizarán en cualquier hora y día de la semana, dependiendo de la disponibilidad del cliente y personal técnico. |
| Duración | La duración de los servicios es variable y depende de la complejidad del trabajo realizado. Sin embargo, el tiempo promedio es de 4 horas. |
| Tecnología utilizada | La empresa utiliza herramientas especializadas y modernas para la realización de los diferentes servicios. |
| Medios de pago | Los servicios se pueden cancelar por medio de efectivo y tarjetas de crédito o débito. |
| Garantía | Todos los servicios y repuestos utilizados tienen una garantía de 3 meses. |

3.3.2 Descripción técnica del proceso

El proceso de la prestación del servicio se realiza de la siguiente manera:

a. *Contacto con el cliente:*

Este primer contacto es el primer acercamiento con algún cliente con una necesidad específica. El contacto se puede dar como resultado de las promociones y publicidad realizadas. La forma de contacto se puede dar por vía telefónica principalmente o por correo electrónico, en cuyo caso la empresa se pone en contacto telefónico con ellos para continuar con el segundo paso.

b. *Programación de una visita:*

Según las especificaciones del cliente y el tipo de servicio que solicite, se programa una visita comercial en donde se conocen las condiciones del trabajo.

c. *Visita comercial o diagnóstico:*

El día de la visita se conoce la obra, se toman medidas y se especifican términos.

d. *Negociación con el proveedor:*

Una vez conocido el trabajo a realizar, el técnico o especialista del servicio nos informa del precio, tiempo de duración, requerimientos, y personas involucradas en el trabajo.

e. *Envío de cotización:*

Con toda la información necesaria se envía una cotización especificando precio términos, duración y condiciones del trabajo.

f. Seguimiento de la cotización:

Unos días después de enviar la cotización el departamento comercial se pone en contacto con la empresa para saber acerca de la negociación y si se llevará a feliz término. En caso de que no sea así, aquí termina la operación.

g. Contratación del servicio:

Se hacen las afiliaciones respectivas de riesgos profesionales por el tiempo que dure el servicio y se les avisa a los clientes la fecha de inicio de la obra.

h. Pago del servicio:

Se recibe al inicio el pago del 50% del valor total del servicio.

i. Ejecución del servicio:

Los prestadores del servicio realizan el trabajo para el que fueron contratados.

j. Finalización del servicio:

Una vez finalizado el trabajo, se entregan el trabajo, satisfaciendo las necesidades del cliente.

k. Pago final: Se recibe el 50% restante.

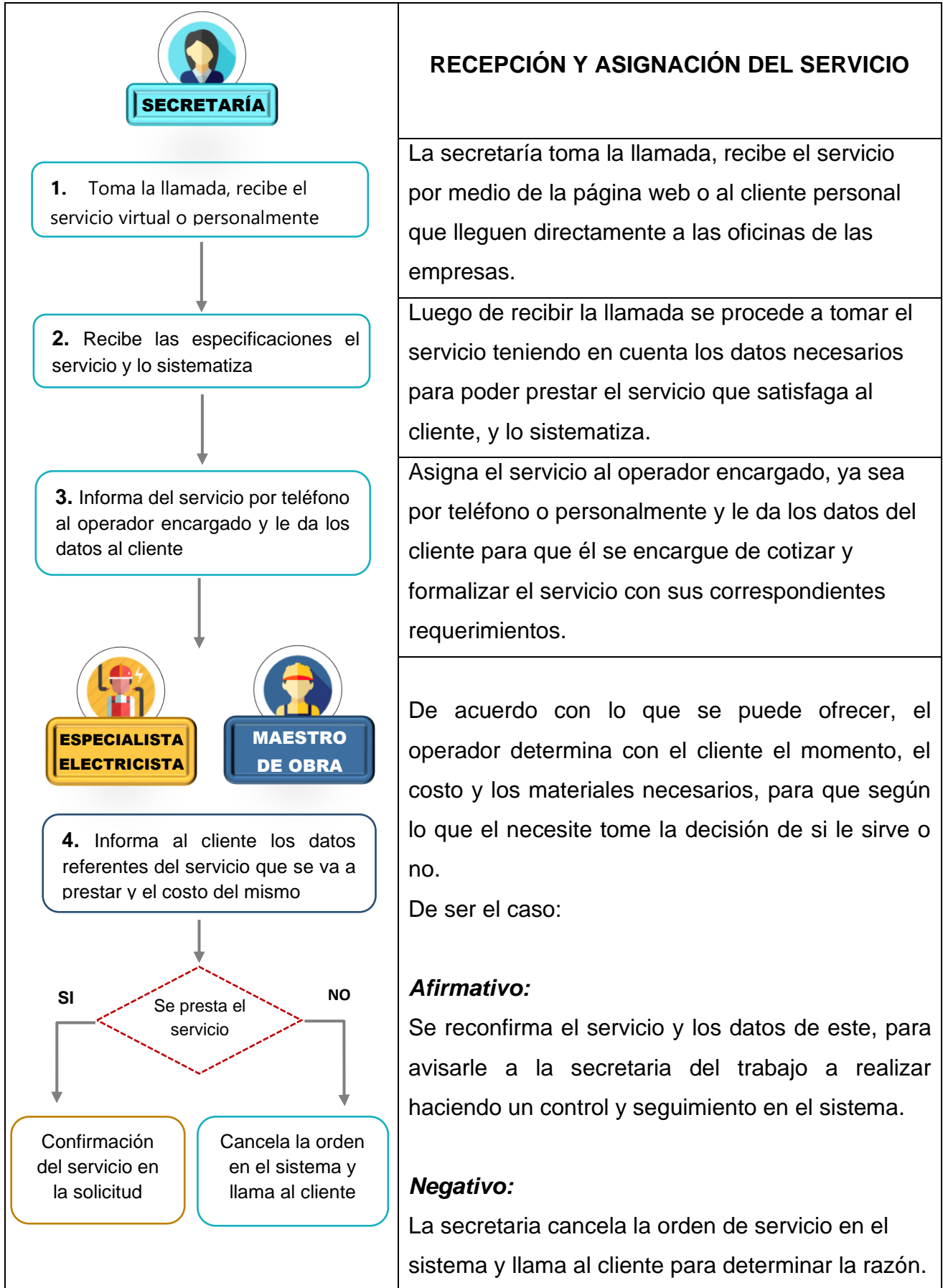
l. Finalización del proceso.

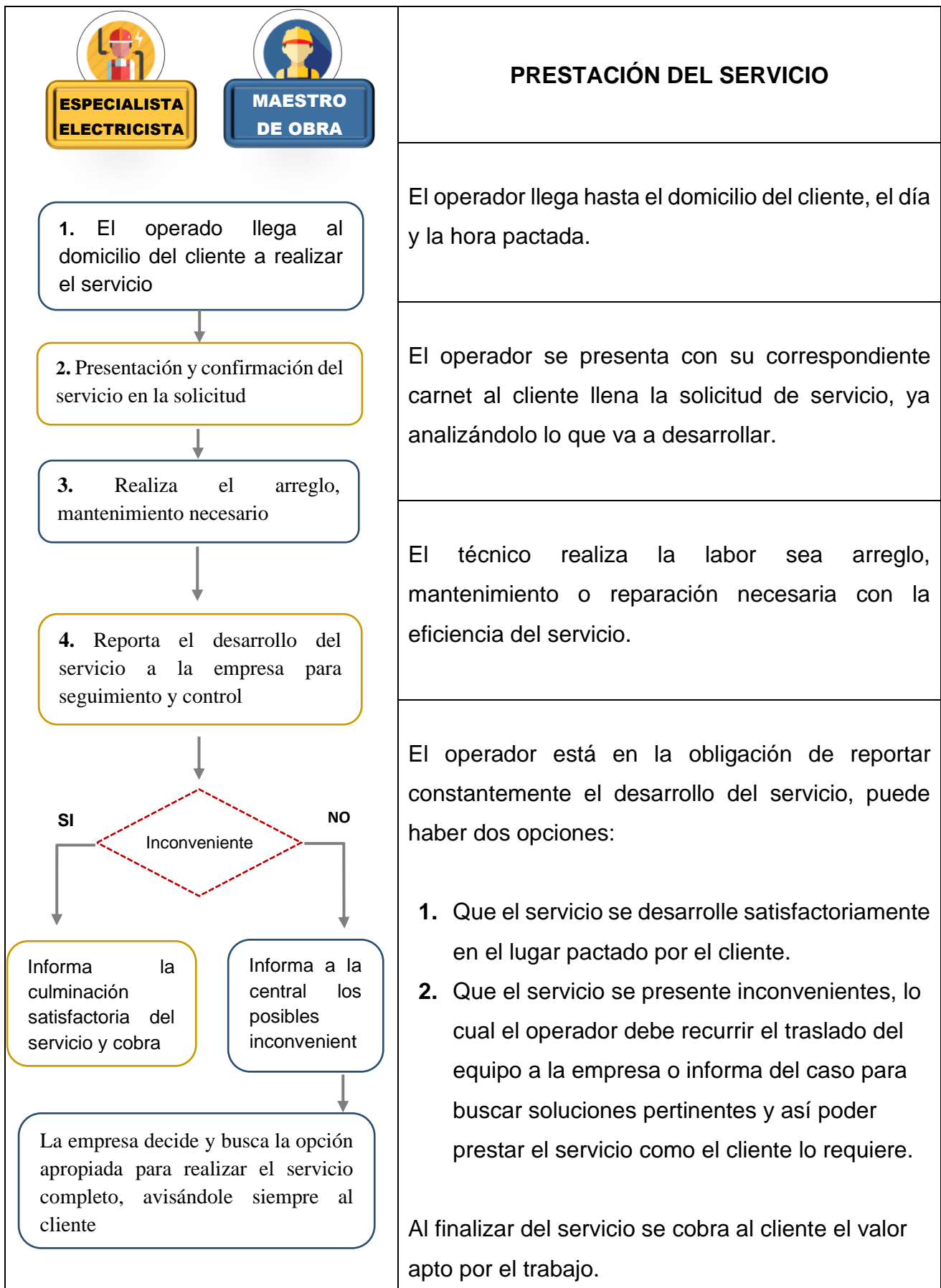
Imagen 31: Proceso del servicio

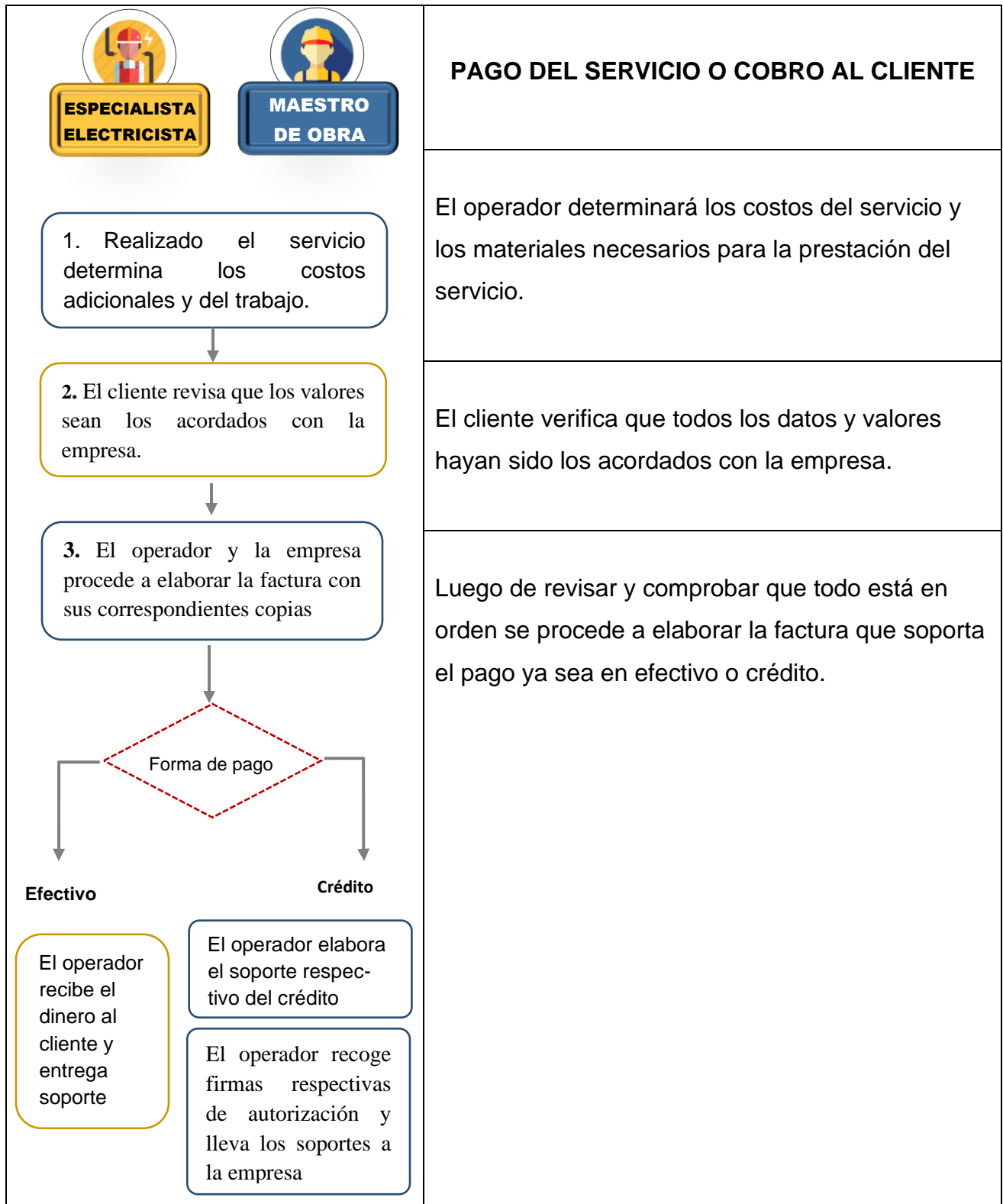


3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

En los servicios prestados por la empresa se plantea un diagrama de flujo general, ya que su proceso es idéntico desde el inicio hasta el final, la única diferencia es el tiempo de ejecución y personal especialista para atender el servicio.







3.3.4 Control de calidad

Para garantizar la calidad del servicio y tomando en cuenta aspectos planteados en la norma NTC ISO 9001 – 2015³⁶, se plantearon las siguientes actividades que ayudaran a asegurar el control, seguimiento, cumplimiento y calidad de los trabajos realizados:

- Desde el inicio hasta el final del mantenimiento y mejora a la infraestructura, se diligenciará una ficha técnica donde se registrarán los avances, contratiempos, tiempos de ejecución, observaciones y entregas de los trabajos a través de documentos que puedan ser guardados como constancia de realización de las tareas y que harán parte de las hojas de vida de cada casa.
- Durante la prestación de los servicios, aleatoriamente se realizará una visita al inmueble para realizar un control de calidad del trabajo ejecutado y cumplimiento de las normas de seguridad. La calidad se medirá, evaluando el correcto uso de materiales, cumplimiento de normas de seguridad y tiempo de ejecución.
- Después de la prestación del servicio, vía telefónica se realizará el seguimiento postventa, en el cual recoge las felicitaciones, sugerencias, quejas y reclamos de los clientes, con el fin de conocer inconvenientes presentados y expectativas insatisfechas. Esta medición no solo sirve para saber el nivel de satisfacción de los usuarios, sino también percibir nuevas necesidades en sus hogares y con ello poder ofrecer servicios complementarios.
- De igual manera la empresa verificará periódicamente la calidad de los insumos, las condiciones y las garantías ofrecidas por los proveedores, para trasladarle la confianza y tranquilidad al cliente.

³⁶ Calidad & Gestión. Mantenimiento de infraestructura en ISO 9001 [En línea]- Consultado el 7 de marzo de 2020. Disponible en: http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/69_mantenimiento_de_infraestructura_en_ISO_9001.html

3.3.5 Recursos

De acuerdo con la estructura del estudio financiero, los recursos son lo más importantes para que la empresa pueda crecer y ejercer. Estos recursos dependen directamente de la capacidad del proyecto.

3.3.5.1 Recurso humano.

Trabajo aportado por un equipo de personas que conforman la empresa, para empezar a laborar, crear, ser competitivo y líder en el mercado.

Tabla 88 Recurso humano

| CARGO | CANT. |
|--|-------|
| Mano de obra directa | |
| Especialista en mantenimiento locativo | 5 |
| Mano de obra indirecta | |
| Gerente | 1 |
| Secretaria | 1 |
| Vendedor | 1 |

3.3.5.2 Recurso físico.

Recurso compuesto por todos los equipos, maquinarias, herramientas, muebles y enseres, que necesita la empresa en el área de producción y administrativa, para llevar a cabo el proceso del servicio.

Para la adquisición de todos los elementos que se hacen hincapié en el recurso físico, la empresa obtendrá préstamos bancarios y tarjetas de crédito, de empresas como Bancolombia y Banco Bogotá, a parte, de los préstamos que concede la familia.

- **Área de producción**

Tabla 89 Maquinaria y equipos del área de producción

| CONCEPTO | CANT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--|-------|----------------|--------------|
| Caja de herramientas mecánicas que incluye; destornilladores, juego de llaves y copas, hombre-solo, martillo, alicates, pinzas, metro, nivel, entre otros. | 5 | \$ 450.000 | \$ 2.250.000 |
| Caladora | 2 | \$ 200.000 | \$ 400.000 |
| Equipo de soldadura | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Equipos de comunicación (celulares) | 5 | \$ 150.000 | \$ 750.000 |
| Equipos para trabajos en alturas, que incluye; arnés, eslinga, absorbedor de impactos, casco y mosquetón) | 2 | \$ 450.000 | \$ 900.000 |
| Escalera multipropósito 3 m | 3 | \$ 250.000 | \$ 750.000 |
| Escalera tipo tijera 4 m | 2 | \$ 400.000 | \$ 800.000 |
| Gabinete de herramientas | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Hidro lavadora | 1 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| Ingleteadora telescópica | 1 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 |
| Lijadora orbital | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Mesa de trabajo | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Pinza Volti-amperimétrica | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| Pistola portátil para pintar con compresor | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| Pulidora manual | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Remachadora | 2 | \$ 100.000 | \$ 200.000 |
| Set de herramientas para construcción que incluye; palustre, carretilla, pala, pica, espátula, entre otros. | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |

| | | | |
|----------------------------|---|------------|----------------------|
| Taladro industrial de mesa | 1 | \$ 750.000 | \$ 750.000 |
| Taladro manual | 3 | \$ 200.000 | \$ 600.000 |
| Otras herramientas | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| TOTAL | | | \$ 13.850.000 |

Fuente: HOMECENTER³⁷

- **Área administrativa**

Tabla 90 Muebles y enseres del área administrativa

| CONCEPTO | CANT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----------------------------------|-------|----------------|---------------------|
| Escritorios | 3 | \$ 300.000 | \$ 900.000 |
| Sillas giratorias para escritorio | 3 | \$ 150.000 | \$ 450.000 |
| Sillas auxiliares para escritorio | 3 | \$ 80.000 | \$ 240.000 |
| Mesa de reuniones | 1 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| Sillas para mesa de reuniones | 4 | \$ 80.000 | \$ 320.000 |
| Extintores multipropósito | 2 | \$ 50.000 | \$ 100.000 |
| Botiquín | 1 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| Señalización | 5 | \$ 20.000 | \$ 100.000 |
| Punto ecológico | 1 | \$ 250.000 | \$ 250.000 |
| Archivador grande | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Casillero 4 puestos | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| TOTAL | | | \$ 3.460.000 |

Fuente: HOMECENTER³⁸

³⁷ HOMECENTER. Herramientas. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

³⁸ Ibid., p. 164

Tabla 91: Equipos de oficina del área administrativa

| CONCEPTO | CANT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---------------------|-------|----------------|---------------------|
| Computador portátil | 2 | \$ 1.200.000 | \$ 2.400.000 |
| Celulares | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| Impresora | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Calculadoras | 3 | \$ 25.000 | \$ 75.000 |
| Teléfono | 1 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| TOTAL | | | \$ 3.375.000 |

Fuente: KTRONIX, Equipos de oficina³⁹

3.3.5.3 Recurso de insumos.

En este apartado se analizarán los insumos administrativos como útiles de aseo y papelería. Se debe tomaren cuenta que debido a la diversidad de mantenimientos locativos que se pueden realizar, los materiales de trabajo son variables y dependen del servicio contratado, lo cual imposibilita su estandarización. Por esta razón los materiales utilizados estarán a cargo de los clientes o serán cobrados de manera diferenciada.

³⁹ KTRONIX. Equipos de oficina. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.ktronix.com/>

Tabla 92 Útiles de oficina (Papelería)

| UTILES DE OFICINA | | | | |
|--|---------|-------------|-------------------|--|
| Insumos | Cant. | Costo Unid. | Costo total | |
| Cartuchos de tinta (F6v29a1- HP) | Anual 2 | 40.000 | 80.000 | |
| Memoria USB Kingston de 8 GB | Anual 4 | 18.900 | 75.600 | |
| Resma de papel carta | Anual 5 | 8.000 | 40.000 | |
| Resma de papel oficio | Anual 1 | 10.000 | 10.000 | |
| Cuaderno argollado x 100 hojas cuadrulado | Anual 2 | 6.500 | 13.000 | |
| Colbón x 225 gr | Anual 4 | 8.400 | 33.600 | |
| Sharpie Negro | Anual 4 | 2.500 | 10.000 | |
| Sharpie Resaltador naranja | Anual 4 | 2.000 | 8.000 | |
| Regla transparente x 45 cm | Anual 2 | 1.200 | 2.400 | |
| Corrector x 6 ml | Anual 2 | 1.800 | 3.600 | |
| Tijeras scotch x 18 cm (anual) | Anual 3 | 13.000 | 39.000 | |
| Sacapuntas metálico (Caja x 24 Unid.) | Anual 1 | 5.300 | 5.300 | |
| Lápices office Max 2HB (Caja x 25 Unid.) | Anual 2 | 16.000 | 32.000 | |
| Archivador Az Carta Papier (Paquete x 5 unid.) | Anual 2 | 22.000 | 44.000 | |
| Cinta Empaque Transparente 48mmx100 Metros Tesa | Anual 1 | 6.800 | 6.800 | |
| Perforadora Abre huecos Kw-tri0 Ajustable 2 Hole Punch | Anual 1 | 32.000 | 32.000 | |
| Grapadora metálica | Anual 1 | 40.000 | 40.000 | |
| Carpeta plástica con gancho (Paquete x 10 unid.) | Anual 2 | 20.000 | 40.000 | |
| Lapiceros negros (Caja x 25 unid.) | Anual 1 | 12.500 | 12.500 | |
| TOTAL | | | \$ 527.800 | |

Fuente: GARABATOS PAPELERÍA⁴⁰

⁴⁰ GARABATOS PAPELERÍA. Útiles de oficina. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.garabatospapeleria.com/>

Tabla 93 Útiles de aseo

| UTILES DE ASEO | | | | |
|---|--------------|--------------------|--------------------------|-------------------|
| INSUMOS | Cant. | Costo Unid. | Costo total anual | |
| Organizador multiusos para útiles de aseo con 5 ganchos | Anual | 1 | 40.000 | 40.000 |
| Escoba | Trimestral | 1 | 5.000 | 20.000 |
| Trapero | Trimestral | 1 | 9.000 | 36.000 |
| Recogedor | Trimestral | 1 | 7.000 | 28.000 |
| Detergente (Bolsa x 500 gr) | Mensual | 1 | 15.000 | 180.000 |
| Límpido blanco x 3800 C.c. | Mensual | 1 | 12.400 | 148.800 |
| Jabón líquido (Tarro x 400 ml) | Mensual | 1 | 10.000 | 120.000 |
| Toallas textiles de algodón-Poliéster x 45 cm (Paquete 5 unid.) | Mensual | 1 | 9.000 | 108.000 |
| Guantes C35 negro | Trimestral | 1 | 6.000 | 24.000 |
| SUBTOTAL | | | | \$ 704.800 |

Fuente: TIENDAS JUMBO⁴¹

3.3.6 Análisis de Proveedores

La selección de los proveedores de insumos y repuestos y servicios se realizará bajo principios de transparencia, economía, responsabilidad y conformidad con especificaciones de calidad. Los criterios de escogencia de los contratistas son:

⁴¹ TIENDAS JUMBO. Útiles de aseo. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.tiendasjumbo.co/>

- Calidad del producto o servicio: los bienes y servicios a contratar se deben ajustar a los requisitos mínimos previstos en las normas técnicas obligatorias si llegara a aplicar y a las especificaciones definidas por la institución.
- Oportunidad: agilidad para dar respuesta en el momento de solicitar el bien y/o servicio.
- Experiencia: determinación del perfil de la persona natural o jurídica en la ejecución de contratos con las mismas características establecidas en el contrato adquirido.
- Certificaciones de calidad: documento por medio del cual, el contratista, a través de una entidad de certificación, declara la conformidad de un producto y/o servicio, con una determinada norma o documento de referencia.
- Precio más favorable: Oferta más económica que satisfaga plenamente los requisitos establecidos para la adquisición del bien o servicio.

La evaluación de proveedores será anual y se efectuara valorando cuatro factores específicos que miden el grado de cumplimiento de los contratistas que suministran los insumos y servicios a la organización.

- Cumplimiento de especificaciones o requisitos técnicos: hace referencia al cumplimiento del proveedor con los requisitos y características técnicas de los insumos y suministros.
- Cumplimiento de tiempos de entrega y prestación del servicio: evalúa el desempeño que tiene el proveedor con relación a los plazos de entrega de los suministros y los compromisos adquiridos en el proceso de compra.
- Cumplimiento de aspectos administrativos: determina el cumplimiento de los requisitos y compromisos que tiene el proveedor con los pagos, trámites y documentos establecidos para el correcto desarrollo del proceso.
- Calidad de los suministros; valora las percepciones que los usuarios tienen del cumplimiento de características de calidad, confiabilidad y funcionamiento adecuado de los suministros o servicios adquiridos.

Para la compra de los recursos mencionados anteriormente, se tendrán como posibles proveedores las siguientes empresas:

Tabla 94 Proveedores

| PROVEEDORES | | |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| NOMBRE | UBICACIÓN | DESCRIPCION |
| Homecenter | Bucaramanga Kra. 21 #45 - 02 | Herramientas y equipos |
| Reycol | Bucaramanga Cl. 22 #14-49 | Herramientas y equipos |
| Papelería Garabatos | Bucaramanga Kra. 27 #9 - 28 | Útiles de oficina |
| Supermercados (Jumbo, Éxito, D1, entre otros) | Bucaramanga | Útiles de aseo |
| Industrias Pico | Bucaramanga Kra. 19 #17-35 | Muebles y enseres de oficina |
| Compumax | Bucaramanga Cl. 41 #35-47 | Equipos de oficina |

3.3.7 Distribución de planta.

El propósito de la distribución en planta es asegurar las adecuadas condiciones de trabajo para permitir una operación eficiente del proyecto, teniendo en cuenta las normas de seguridad y el bienestar de los trabajadores.

Esto se logra mediante el empleo racional del espacio disponible, la ubicación más conveniente del personal, la disposición de trabajo en forma secuencial y continua y las condiciones que garanticen la realización de un control efectivo de las actividades.

El logro de una adecuada distribución en planta es fundamental para conseguir buenos índices de eficiencia durante la operación del proyecto. Para alcanzar esto se debe establecer una relación equilibrada entre las personas, las instalaciones, los equipos y los materiales.

La distribución de la planta cuenta con un local de 81 m² que estará distribuido de la siguiente manera:

Tabla 95 Distribución de la planta física

| Sector | Área |
|----------------------------------|-------------------------|
| Recepción | 9 m ² |
| Oficinas | 9 m ² |
| Cafetería | 18 m ² |
| Baños y lockers | 9 m ² |
| Bodega de medicamentos e insumos | 9 m ² |
| Bodega de equipos | 9 m ² |
| Parqueadero | 18 m ² |
| Total | 81 m² |

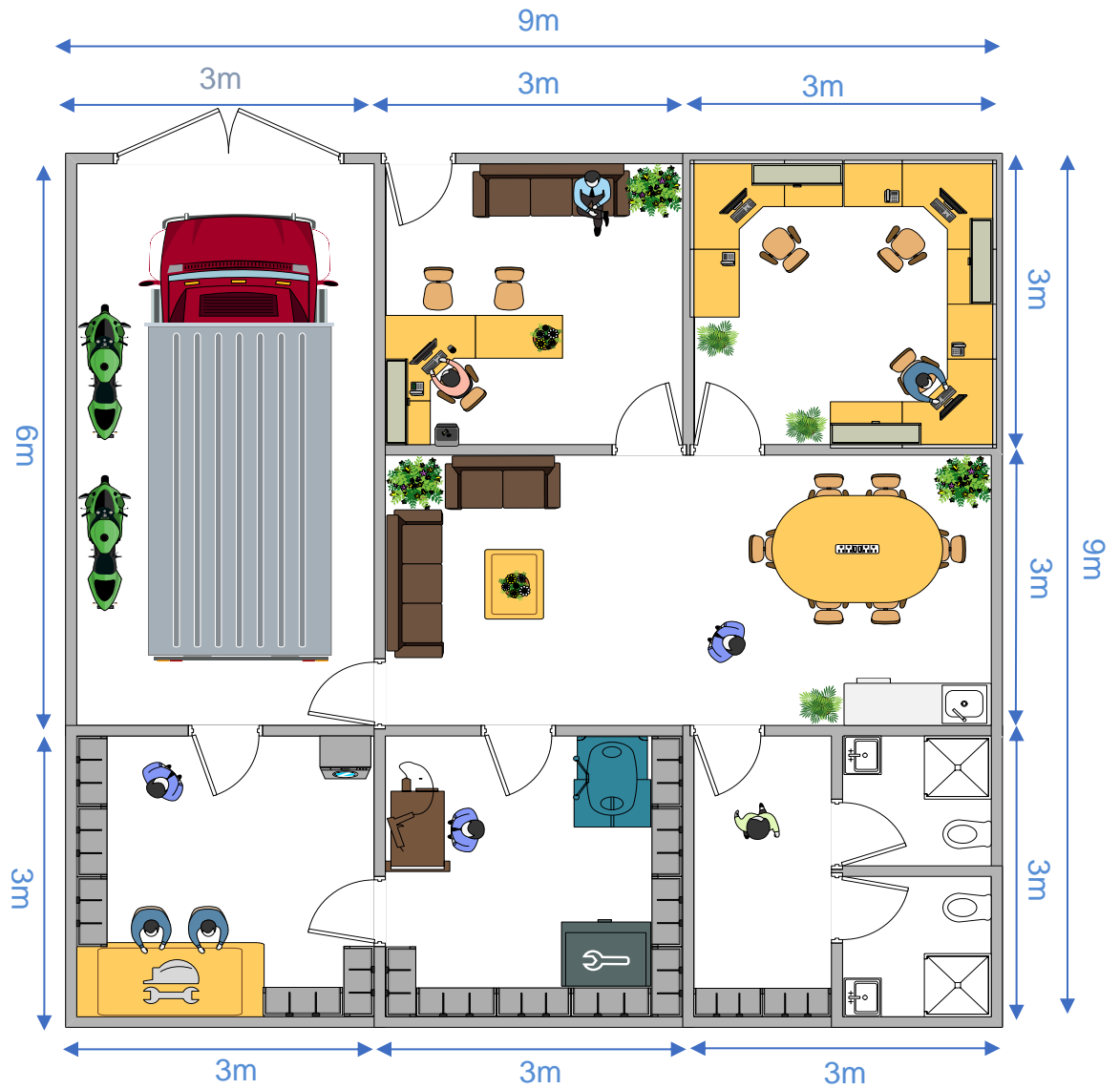
- **Recepción:** Este sector hace referencia al área administrativo, enfocada a la atención de los clientes, en el que se dispondrá de una sala de espera para los usuarios con televisor.
- **Oficinas:** Estará conformada por las oficinas del vendedor, contador y gerente
- **Cafetería:** Zona destinada para el descanso del personal.
- **Baños:** Para lograr una adecuada actividad laboral por parte del recurso humano se debe disponer de esta área en la empresa, la cual debe estar conformada por

un baño de mujeres y otro de hombres. Además, se instalarán casilleros para que el personal pueda guardar sus artículos personales.

- **Bodega de materiales e insumos:** Sector en el que se encontrarán disponibles los materiales e insumos más utilizados para la prestación de los servicios
- **Bodega de equipos:** En esta área se encontrarán ubicados los equipos para la prestación del servicio, en donde el personal antes de salir deberá alistar y subir al vehículo el equipo y materiales requerido según el servicio solicitado.
- **Parqueadero:** Área destinada para la ubicación de los vehículos que presta el servicio y salida del personal para la realización de los servicios.

La distribución de la planta para la empresa **¡QUE BIEN!**, se realizó teniendo en cuenta el diagrama de recorrido, lo que permite visualizar cada una de las áreas de la organización, con su respectiva entrada, el proceso que realiza el personal antes de salir a realizar un servicio., obteniendo un mayor aprovechamiento de los espacios y evitar la contaminación cruzada, lo que refleja un ambiente propicio de trabajo.

Imagen 32: Distribución de planta física



4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo de la empresa ¡QUE BIEN! comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a operar la unidad empresarial como paso previo a la definición del tipo de empresa que se tiene, la determinación de la estructura organizacional más adecuada, aspectos de contratación de personal a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los sistemas, procedimientos y reglamentos que orientan y regulan las actividades para operación.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Con el fin de formalizar y poner en funcionamiento la empresa **¡QUE BIEN!** es necesario llevar a cabo una serie de pasos y acciones para su legalización, empezando con la definición de aspectos generales como el nombre y teniendo en cuenta las disposiciones legales vigentes, como se describe a continuación:

a. Definición de la razón social de la empresa

¡QUE BIEN! S.A.S

Se verificó inicialmente que el nombre “¡QUE BIEN!” no se encontrará registrado ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Se debe mencionar que la figura jurídica con la que se proyecta la empresa corresponde a la estructura de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) debido principalmente a la sencillez en su constitución y al bajo coste inicial de la misma.

b. Objetivos generales y carácter de la empresa

- Prestación de servicios integrales de mantenimiento, reparaciones y mejoras locativas a través de la contratación indirecta.

- Diseñar y generar un servicio que satisfice al cliente, utilizando equipos, maquinaria de calidad como recurso humano especializado que imponga una marca de la empresa.
- Mejorar permanentemente la calidad de vida de los empleados, brindándoles condiciones de trabajo adecuadas, generando un ambiente laboral y un desarrollo organizacional que propicie en ellos el sentido de equidad.
- Prestar servicios adecuados que generen utilidades para la empresa

c. Domicilio de la empresa

¡QUE BIEN! S.A.S estará ubicada en el departamento de Santander, en el municipio de Bucaramanga, en el barrio la Aurora.

d. Actividades generales que va a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos

- ✓ Contratación de personal capacitado y especializado en reparación, mantenimiento y mejoramiento locativo
- ✓ Implementación de maquinaria y equipo actualizado y en buenas condiciones para la prestación del servicio
- ✓ Capacitaciones y asesorías de manejo empresarial en clientes y de trabajadores.

e. Derechos y deberes de los asociados.

➤ **DEBERES**

- Pagar de las acciones según lo estipulado en los estatutos
- Pagar con el aporte de sus acciones llegado el caso de no poder responder con lo estipulado

➤ **DERECHOS**

- Conocer las actividades que plantean la empresa a futuro

- Voz y voto para la toma de decisiones

f. **Órganos de dirección y de administración**

Estarán definidas de la siguiente manera:

- **Asamblea o junta de socios:** Estará compuesta por todos los accionistas de la empresa
- **Representante legal:** Definido por la junta de socios, el cual puede ser un socio o una persona particular
- La empresa no tendrá junta directiva ya que esta sociedad permite no definirla
- En revisoría fiscal no está obligado a tener, a menos que se cumplan tributos que superen los montos definidos para la conformación una sociedad por acciones simplificadas.

g. **Representación legal**

Representante legal: Edwin Alexander Calvete Martínez quien estará definida en los estatutos de conformación de la S.A.S

h. **Mecanismos de control**

Se tendrá en cuenta los siguiente 2 mecanismos en la empresa

- ✓ **Ventaja del costo**
Se manejará un costo asequible para la comunidad según sea el tipo de plan que escoja el cliente
- ✓ **Marca**
Se planteará imponer una marca en la prestación del servicio que sea eficiente y se cumpla los objetivos de la empresa y del usuario.

i. Composición patrimonial, condiciones de aportación

La constitución patrimonial está definida en 100 acciones, con un valor nominal de \$ 2.265.989 por acción, dando un total de inversión inicial de \$ 22.659.894. Adicionalmente, se buscará tener un mínimo de dos accionistas y un máximo de cinco.

j. Condiciones de ingreso y retiro de socios

Las condiciones de ingreso estarán determinadas en los estatutos, en el cual será únicamente en la creación, o en instante que un socio se retire este tendrá que ofrecer sus acciones primero a los accionistas y si estos no están dispuestos a obtenerlos puede ponerlo en público, para la empresa no se maneja un tiempo mínimo de estadía para los socios.

k. Duración de la sociedad

La duración se planteará la empresa se tomará como 5 años que estará estipulado en el documento privado de constitución de la sociedad y este podrá ser modificado a medida del tiempo.

l. Causa y condiciones de liquidación

La empresa tendrá las siguientes condiciones para disolver o liquidar la sociedad antes estipulada⁴².

- a. Finalice el termino de duración de previsto en el documento privado, aunque este puede ser extendido si hay modificaciones o prorroga de tiempo
- b. Por imposibilidad de desarrollar las actividades de servicio previstas
- c. Por iniciación del trámite de liquidación judicial

⁴² ACTUALICESE. Sociedad por acciones simplificada S.A.S [En línea]. Consultado el 29 de abril de 2019. Disponible en: <https://actualicese.com/2014/05/29/sociedad-por-acciones-simplificada-s-s/>

- d. Por causas estipuladas en los estatutos
- e. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea
- f. Por orden de autoridad competente
- g. Por pérdida que reduzca el patrimonio neto por debajo del 50 %

m. Reparto de los beneficios y utilidades obtenidas

El reparto de los beneficios y utilidades estarán previstas después de que la empresa cumpla con los gastos y obligaciones que la ley ha dispuesto sobre el flujo obtenido de la actividad comercial, el cual después de haberse atendido estos están divididos según el porcentaje de acción

n. Registro Único Tributario

Una vez aprobado el nombre “¡QUE BIEN! S.A.S.” ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se reporta la constitución de la nueva empresa, describiendo las actividades que realizará la empresa, con el fin de obtener el Registro Único Tributario (RUT), donde se relacionan las actividades de procesamiento y comercialización de arena silíceo.

o. Acta de Constitución

Posteriormente es necesario presentar un documento especificando la información principal de las actividades del negocio, el objeto social de la empresa, los datos de los socios, el capital suscrito, el tipo de sociedad, que para el caso es “Sociedad por Acciones Simplificada” ya que es una modalidad de asociación empresarial que presenta flexibilidad para las organizaciones colombianas, en cuanto a trámites y costos, de acuerdo a lo establecido en la Ley 1258 que dio vida a esta tipología empresarial.

p. Autorización de numeración para factura

Con el fin de realizar la venta de su producto ¡QUE BIEN! S.A.S. debe hacer una solicitud ante la DIAN, de la numeración para facturar los servicios y productos ofrecidos por la empresa.

q. Impuestos y pagos obligatorios

Para ¡QUE BIEN! S.A.S. cumpla con las normas legales del estado, debe presentar periódicamente el pago de impuestos y pagos obligatorios como son el Impuesto de Renta, Impuesto al Valor Agregado e Impuesto de Industria y Comercio.

r. Trámite de Permiso de Planeación Municipal

Este se debe realizar ante la oficina de planeación municipal de la alcaldía de Bucaramanga, este permiso tiene que ver con la localización de la actividad industrial de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del municipio. Para obtener el permiso municipal se requiere los siguientes documentos:

- Copia del registro mercantil expedido por la cámara de comercio.
- Paz y salvo de la tesorería municipal del pago de impuestos de industria y comercio y predial.
- Certificado de permiso de uso de suelo por parte de Planeación.
- Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales: se debe elegir la ARP que prestara el servicio tanto a la empresa como a los colaboradores.
- Afiliación al régimen de seguridad social: contactar la EPS que los empleados elijan para hacer su respectiva inscripción conforme al salario asignado.
- Afiliación al fondo de pensiones y cesantías: Se afilia a los miembros de la empresa a un fondo de pensiones, según elección de ellos mismos. Una vez

vinculado se cancela mensualmente el 13,5% del salario devengado por cada trabajador ($\frac{1}{4}$ del valor es responsabilidad del empleado y $\frac{3}{4}$ del valor es responsabilidad del empleador).

- Afiliación de la empresa a Caja de Compensación Familiar.

s. Legalización laboral

Hace referencia a las prestaciones mensuales de pago indirecto que la nueva empresa debe realizar a las diferentes instituciones públicas y privadas. Las Prestaciones Sociales son aquellas que deben cancelar todos los empleadores por el simple hecho de estar ligados a una relación Laboral, sin consideración diferente.

Las diferentes presentaciones que se deben pagar a través de las diversas instituciones controladas por parte del estado son:

- Riesgos profesionales a través de las A.R.P.
- Afiliación al régimen de seguridad social de las E.P.S. Privadas.
- Afiliación al fondo de pensiones y cesantías, a través de las administradoras de fondo de pensiones (A.F.P.) privadas.
- El auxilio de Cesantías, en el fondo de cesantías acordado por el trabajador.
- Los intereses de las cesantías, que provienen del mismo fondo de las cesantías.
- Dotación de zapatos y Overoles, para los empleados que devenguen hasta (2) dos salarios mínimos legales vigentes.

Las Prestaciones Sociales de Obligación para el empleador que equivale un salario de los devengados por el trabajador, por una vez al año:

- Vacaciones: Los trabajadores que hubieren prestado un año (1) de trabajo ininterrumpidamente.
- Auxilio de Cesantías: Corresponde un mes de salario por cada año laborado.

- Intereses de las Cesantías: El empleador está obligado a pagar intereses anuales.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión

Prestar servicios de mantenimiento locativo a los hogares de la ciudad de Bucaramanga, generando confianza y satisfacción a nuestros clientes.

4.2.2 Visión

Para el 2025 ser reconocidos regionalmente por la alta calidad de nuestros servicios y el compromiso con nuestros clientes y empleados.

4.2.3 Objetivos empresariales

Los objetivos que la empresa fórmula para el cumplimiento de la misión y el logro de la visión son los siguientes:

- a. Conformar una estructura organizacional sólida y eficiente, con la participación del recurso humano en todos sus niveles, fomentando un ambiente cultural y laboral que motive el máximo nivel el interés y la motivación.
- b. Establecer un manejo administrativo y financiero acorde con las necesidades de la organización con el fin de garantizar estabilidad, eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos. Además de fomentar la innovación y mejora continua de modo que se logre los valores competitivos.

- c. Prestar un servicio que cumpla las expectativas de nuestros clientes, aplicando las recomendaciones personales de ellos mismos.
- d. Realizar continuamente capacitaciones al personal técnico y administrativos, con el fin de optimizar la atención y el traslado de los pacientes.
- e. Desarrollar en el personal un sentido de pertenencia con la empresa a través de una escala salarial justa y equitativa, y de un clima laboral agradable para apoyar el cumplimiento de la visión.
- f. Brindar excelentes servicios a nuestros clientes empleando todos los recursos necesarios para satisfacer sus expectativas y lograr sus recomendaciones personales.
- g. Generar nuevas fuentes de empleo directo en la región, que beneficien a las familias del equipo laboral de la empresa.

4.2.4 Principios corporativos

¡QUE BIEN! S.A.S. Es una empresa comprometida con los servicios a prestar y actuar con ética profesional para brindar a los proveedores y colaboradores un ambiente en el que los principios forman parte de nuestras actividades laborales.

Por consiguiente, la empresa se basa en los siguientes principios:

➤ **Excelencia en el servicio**

El personal de la empresa mantiene una relevante actitud frente a los servicios que se otorgan a los clientes, buscando soluciones efectivas y completas, en base a sus necesidades.

➤ **Compromiso**

El personal se encuentra comprometido con el logro de los mejores resultados a través de la gestión efectiva de los procesos y recursos.

➤ **Responsabilidad**

Responder conscientemente de las acciones que desarrolle el personal directo o indirecto de la empresa, reflexionando, administrando, orientando y valorando las consecuencias de esas acciones, siempre en el plano de lo moral y afrontarlas de la manera más positiva e integral, siempre en pro del mejoramiento laboral y social.

➤ **Integridad**

La Ética y el profesionalismo; la tecnología y la calidad; la calidez y la oportunidad, serán los puntos de vista más importantes de la organización para hallar el posicionamiento como empresa que integra todas las soluciones a las necesidades locativas de un hogar gestora en el área metropolitana de Bucaramanga

➤ **Unidad**

Todo el personal de la organización aporta sus conocimientos, experiencia y capacidad humana para cumplir satisfactoriamente los objetivos propuestos.

➤ **Desarrollo del talento humano**

Proporcionar un adecuado ambiente trabajo a través del crecimiento personal y profesional de los colaboradores, con acciones de capacitación, motivación y reconocimiento individual e integral.

➤ **Seguridad**

Garantizar condiciones favorables al momento de prestar los servicios de mantenimiento, reparación y mejoras locativas.

➤ **Mejoramiento Continuo**

Se pretende realiza un aprendizaje permanente, con actitud positiva frente al cambio, para el óptimo desempeño individual y profesional.

4.2.5 Políticas organizacionales

Para *¡QUE BIEN!* S.A.S. es importante diseñar e implementar políticas enfocadas en estimular y apoyar el trabajo hacia los objetivos fijados, convirtiendo las políticas empresariales en decisiones corporativas mediante las cuales se definen los criterios y se establecen los marcos de actuación que orientan la gestión de todos los niveles de la empresa en aspectos específicos. Una vez adoptadas se convierten en pautas de comportamiento no negociables y de obligatorio cumplimiento, cuyo propósito es reducir la incertidumbre y canalizar todos los esfuerzos hacia la realización del objeto social de la empresa. De acuerdo con esto se plantea e implementa las siguientes políticas:

4.2.5.1 Políticas empresariales

¡QUE BIEN! S.A.S trabajará bajo las siguientes políticas empresariales para el logro de su misión y visión:

- Brindar un producto de calidad que satisfaga las necesidades, requerimientos y expectativas de los clientes.
- Cumplir con los compromisos y obligaciones internos y externos de la organización.
- Establecer los precios a partir de la relación de los costos del servicio, el tamaño del mercado, la competencia y el margen de utilidad que se desea obtener.
- Promover mecanismos eficaces y eficientes de comunicación, con el propósito de mantener un alto nivel de información y participación con los miembros de la empresa.

- Reinvertir el 10% de las utilidades, con el fin de contribuir con el crecimiento de la empresa.
- Implementar el programa de control de calidad en cada una de las etapas del proceso productivo, con el fin de detectar falencia y darles pronta solución.
- Establecer el proceso de reclutamiento, selección de personal adecuado para los cargos disponibles en la empresa, que se iniciara con el conocimiento del perfil de cada cargo que se requiere.
- Capacitar a los empleados de los diferentes cargos de la empresa, con el propósito de contar con personal apropiado y actualizado en las tendencias tecnológicas.
- Identificar y analizar el mercado en el que se desarrolla el producto, es decir analizar la mezcla del marketing.
- Llevar informes de resultados para el mejoramiento continuo.

4.2.5.2 Políticas de personal

¡QUE BIEN! S.A.S diseña e implementa políticas de personal de acuerdo con sus necesidades, para ellos se establece que la empresa debe contar con la formación adecuada según el cargo. Para garantizar el cumplimiento de las condiciones, se establecen los siguientes lineamientos de selección de personal:

- Reclutamiento de personal. Por medio de esta actividad se busca vincular a la empresa el personal idóneo y calificado para cada cargo; en esta etapa, se realiza una convocatoria de empleo para los cargos disponibles, la cual será publicada en la web; esta tendrá una duración de 15 días. Una vez cumplido el plazo, se hace una preselección de personal con el fin de depurar la lista de candidatos, según soportes de formación y conocimiento; y se les notifica la decisión para continuar con el siguiente paso.
- Selección del personal. Para la selección del personal se tendrá en cuenta parámetros como nivel de estudios exigidos por el cargo y experiencia laboral certificada.

- Aplicación de pruebas. Se procede a la aplicación de las pruebas psicotécnicas, las cuales miden el nivel de conocimiento y destreza, dependiendo al cargo en que se postuló cada aspirante.
- Entrevista. Una vez seleccionados los aspirantes con mejor desempeño en las pruebas psicotécnicas, se procede a realizar la entrevista con el fin de verificar la información suministrada en la hoja de vida y establecer si cumple con los parámetros establecidos para el cargo.
- Ubicación y periodo de prueba: se asignará el cargo de acuerdo con las condiciones de cada una de las personas, asignando también un periodo de prueba igual o menor a tres meses, con el fin de establecer si la persona está en capacidad de cumplir con las funciones del cargo a desempeñar.
- Contratación. Esta fase permite vincular a cada uno de los candidatos con la empresa, dicha contratación se realizará a través de dos formas: contrato a término indefinido, dicho contrato se aplicará a aquellos cargos que son esenciales para el funcionamiento de la empresa; contrato a término fijo, será aplicado a aquellos cargos que se pueden reemplazar fácilmente.
- Asignación salarial y prestaciones sociales. La asignación de salarios se realiza de acuerdo con la responsabilidad y funciones de cada cargo y lo establecido legalmente; se realiza la afiliación del personal a la ARP, EPS y Fondo de Pensiones y Cesantías.
- Dotación. La dotación de los empleados de una empresa está reglamentada por la Ley 11 de 1984, para efectos de la dotación será suministrada cuatrimestral, durante los meses de enero, abril y agosto.
- Inducción y capacitación. Por medio de esta fase se buscará dar la información necesaria a cada uno de los empleados, para que estos puedan a un comienzo laborar y cumplir con las funciones de cada cargo, la inducción y capacitación de cada cargo se dará en un periodo de 15 días.
- Jornada laboral. Está comprendida de lunes a viernes de 7:30 a.m. - 12:00 p.m. y de 2:00 p.m. - 6:00 p.m. y los sábados de 7:00 a.m. - 1:00 p.m. Diariamente se disponen de dos franjas de descanso, conformadas por 15 minutos cada una.

4.2.5.3 Políticas de compras

- Para la puesta en marcha de la operación de *¡QUE BIEN! S.A.S.* se establecen lineamientos que direccionan las compras de materias e insumos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa las cuales corresponden a:
- La empresa efectuará sus compras en condiciones de pago y precios justos acorde con la demanda y la oferta imperantes en el mercado.
- Los proveedores de materias primas deberán contar con productos de calidad según los estándares que requiere la empresa. Estos estándares deben ser verificables, antes de hacer efectiva la compra.
- Las materias primas e insumos que no cumplan con las condiciones de calidad acordadas, no se aceptarán y se realizará la respectiva devolución.
- Los pedidos serán respaldados por la orden de producción, los cuales se programan ocho días, el pedido se ejecutará a ocho días y debe ser entregado en la empresa directamente el día anterior a la corrida de la producción.
- Se realizarán acuerdos y negociaciones con la finalidad de establecer créditos de insumos y materias primas a ocho y quince días.
- Las políticas de compras se modificarán de acuerdo con las necesidades del caso y serán revisadas y aprobadas por la gerencia.

4.2.5.4 Políticas de ventas

Para *¡QUE BIEN! S.A.S.* el cliente es la prioridad, para ello establece a continuación una serie de parámetros enfocados en atención y servicio al cliente, con el fin de garantizar la oferta de un servicio integral con calidad y cumplimiento:

- Los servicios se atienden en estricto orden de llegada, el plazo para su atención corresponde a un periodo máximo de 5 días o según el acuerdo establecido con el cliente.

- La calidad de los servicios e insumos utilizados es garantizada, si se presenta en caso de inconformidad debido a que el trabajo no corresponde a las características o calidad especificadas, se hace la respectiva corrección en un lapso no mayor a 24 horas, las causas de inconformidad se analizan y corrigen, con el fin de evitar una situación igual o similar a la presentada.
- Los trabajos ejecutados deben lograr satisfacer las necesidades de los clientes, fomentando una cultura organizacional orientada al mejoramiento continuo de las estrategias de gestión.
- Responder a las nuevas condiciones, exigencias y tendencias del mercado actual, con estrategias flexibles de fijación de precios en favor de sus clientes.
- Crear cadenas de valor entre las partes interesadas, utilizando el canal de mercadeo directo para satisfacer las expectativas, optimizar los recursos y generar fidelización de clientes.

4.2.5.5 Política ambiental y de seguridad

¡QUE BIEN! S.A.S. reconoce el creciente interés de los usuarios por contratar empresas comprometidas con la seguridad de sus trabajadores y el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, se plantearon las siguientes políticas:

- Prestar servicios de calidad tomando en cuenta la gestión integral de residuos, que garanticen la satisfacción de las necesidades de los clientes y la preservación del medio ambiente.
- Mantener una cultura organizacional orientada al mejoramiento continuo de las estrategias de gestión, que aseguren la competencia del personal y el uso de tecnologías apropiadas para cumplir con la legislación ambiental vigente.
- Desarrollar el sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, que permita la identificación de peligros, evaluación de riesgos y determinación de controles para fomentar entornos de trabajos seguros.
- Implementar el sistema de gestión ambiental como un mecanismo a través del cual se incorporan estándares ambientales en los procesos operativos y de toma

de decisiones, para minimizar el impacto ambiental y promover una cultura de responsabilidad medioambiental.

- Mejorar el desempeño de sus colaboradores, identificando las necesidades de capacitación e implementando programas de formación continua que fortalezcan el autocuidado y compromiso ambiental.

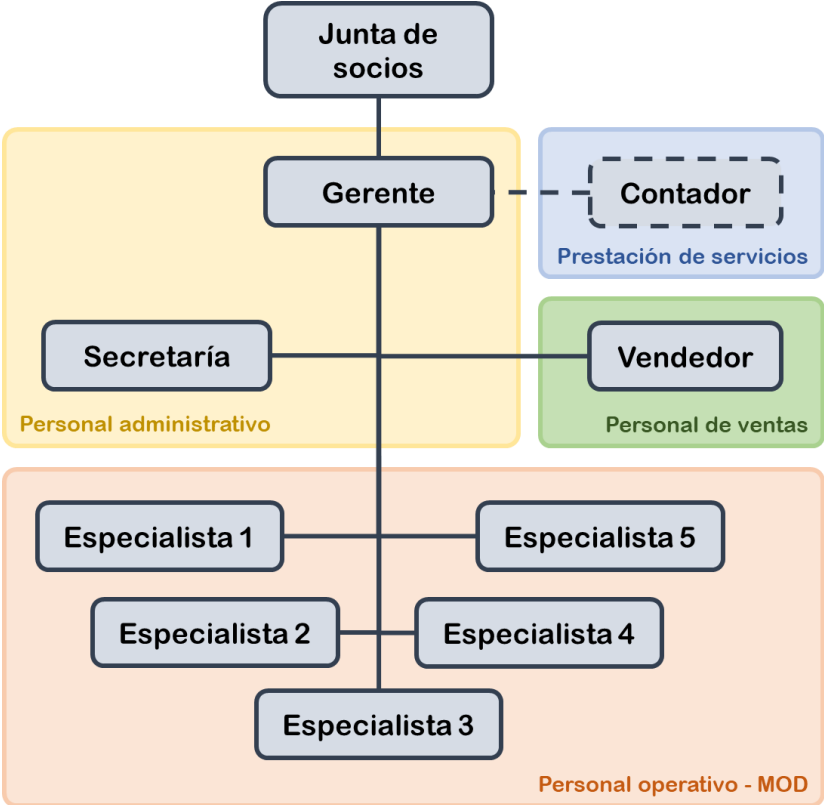
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Por tanto, se diseña el siguiente diagrama con el fin de identificar cada puesto de trabajo, su función y dónde se reporta dentro de la organización.

Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera la empresa y ayudar a lograr las metas, la cuales permiten un crecimiento futuro.

4.3.1 Organigrama

Gráfica 23: Organigrama de la empresa



4.3.2 Descripción de cargos

4.3.2.1 Descripción cargo gerente

Tabla 96 Descripción cargo gerente

| | |
|---|---|
|  | GERENTE |
| Departamento | Administrativo |
| Cargo del jefe inmediato | Junta de Socios |
| Horario | Lunes a viernes 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. |

Objetivo general del puesto de trabajo

Planear y programar las actividades de la organización teniendo un direccionamiento estratégico y estableciendo las políticas que aseguran el cumplimiento de los objetivos corporativos.

Funciones principales

Coordinar la custodia y distribución de todos los activos necesarios para el funcionamiento de la empresa, cumpliendo los objetivos y metas de la organización.

- ✦ Coordinar las labores de mantenimiento con el personal a cargo (fechas y horarios)
- ✦ Programar y controlar los horarios del personal a su cargo, las actividades diarias, días de descanso y/o compensatorios correspondientes.

-
- ✦ Trazar las directrices y programas de administración de recursos, bienestar social, selección de personal, registro y control, capacitación, incentivos y desarrollo del talento humano y dirigir su gestión.
 - ✦ Adelantar y dirigir el proceso de contratación de bienes y servicios requeridos por la Empresa.
 - ✦ Procesar y analizar las estadísticas e indicadores de gestión de la empresa
 - ✦ Elaborar y presentar propuestas para la prestación de los diferentes servicios.
 - ✦ Elaborar, controlar y supervisar los flujos de caja de la Empresa.
 - ✦ Realizar los análisis a los estados financieros.
 - ✦ Controlar el movimiento de las diferentes cuentas bancarias.
 - ✦ Administrar los portales bancarios de la empresa referente a retiros, traslados, programaciones.
 - ✦ Planear y programar los servicios de mantenimiento.
 - ✦ Preparar, consolidar y controlar el presupuesto anual de la empresa.
 - ✦ Responder a las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias que le sean presentados.
 - ✦ Garantizar el cumplimiento de las políticas de la empresa con relación a los servicios prestados
 - ✦ Establecer las actividades necesarias para la adecuada adquisición de bienes y servicios prestados.
 - ✦ Apoyar en el diseño e implementación de los planes estratégicos que promuevan la generación de programas de desarrollo y fortalecimiento de la empresa

Funciones secundarias

- ✦ Garantizar el cumplimiento de las diferentes actividades del sistema de seguridad y salud en el trabajo.
-

-
- ✦ Participar en el diseño y desarrollo de las estrategias para la mitigación de riesgos e identificación de acciones preventivas de la empresa.
 - ✦ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.
 - ✦ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.
 - ✦ Realizar entrenamiento del personal que ingresa a su cargo.
 - ✦ Velar por el buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.
 - ✦ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.
 - ✦ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.
-

4.3.2.2 Descripción cargo: Especialista en mantenimiento locativo

Tabla 97 Descripción del cargo del especialista en mantenimiento locativo

| | |
|---|--|
|  | ESPECIALISTA EN MANTENIMIENTO LOCATIVO |
| Departamento | Servicios |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente |
| Horario | Lunes a sábado 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. |

Objetivo general del puesto de trabajo

Ejecutar los servicios de mantenimiento solicitados con calidad y cumplimiento

Funciones principales

- ★ Realizar los servicios de mantenimiento y reparaciones locativas solicitadas por el cliente.
- ★ Realizar las inspecciones de seguridad y análisis de riesgos antes de iniciar con los trabajos solicitados
- ★ Cotizar las actividades a realizar y materiales a utilizar
- ★ Ejecutar el servicio de acuerdo con las especificaciones técnicas, tiempos acordados y excelente calidad.
- ★ Planificación y organización del proceso de los trabajos.
- ★ Recepción, carga/descarga, almacenamiento, control y organización de materiales.
- ★ Organización y limpieza de los espacios de trabajo,
- ★ Control y seguimiento de la ejecución de obra.

-
- ★ Cálculo de materiales y medición de la obra ejecutada.
 - ★ Interpretación y análisis de planos.
 - ★ Cumplir con las normas de seguridad y prevención de accidentes

Funciones secundarias

- ★ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.
 - ★ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.
 - ★ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.
 - ★ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.
 - ★ Desarrollar estas y otras tareas asignadas por el jefe inmediato.
-

4.3.2.3 Descripción cargo secretaria

Tabla 98 Descripción cargo secretaria

| | |
|---|--|
|  | SECRETARIA |
| Departamento | Administrativo |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente |
| Horario | Lunes a sábado 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. |

Objetivos generales del puesto de trabajo

- ★ Apoyar en las labores administrativas que se requieren, como mantener actualizado la contabilidad diaria para su respectiva revisión por parte del contador

Funciones principales

- ★ Atender las llamadas y solicitudes de los clientes
- ★ Recibir, verificar, revisar, clasificar y archivar la correspondencia, oficios, y demás documentos de la empresa.
- ★ Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- ★ Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.
- ★ Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- ★ Gestionar la cartera de clientes
- ★ Atender y asesorar al cliente.

-
- ✦ Presentar informes oportunos
 - ✦ Coordinar y controlar el despacho de correspondencia, consignaciones y pagos con la persona encargada de realizar las labores de mensajería.
 - ✦ Coordinar la agenda de actividades y compromisos de la dirección y empleados.
 - ✦ Realizar las actividades logísticas (viáticos, materiales, aulas, equipos) para el desarrollo de los eventos (viajes, juntas, reuniones y comités) de la empresa.
 - ✦ Manejar y custodiar los recursos de la caja menor.
 - ✦ Realizar los registros contables y soportes que se requieran para mantener al día la contabilidad de la empresa

Funciones secundarias

- ✦ Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
 - ✦ Conocer, mantener y administrar la documentación de la empresa.
 - ✦ Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informado y desarrollar bien el trabajo asignado.
 - ✦ Redactar correspondencia y documentos varios de mediana complejidad de acuerdo con los requerimientos de dirección
 - ✦ Realizar seguimiento a la correspondencia, revisando los términos de la misma, plazos y cumplimientos de tiempos de respuesta, atendiendo a las políticas empresariales y las indicaciones de la dirección.
 - ✦ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.
 - ✦ Velar por el buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.
 - ✦ Asistir a las capacitaciones que la empresa programe.
-

-
- ✦ Cumplir con la normatividad establecida en los diferentes documentos de la empresa: Manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.
 - ✦ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.
 - ✦ Desarrollar estas y otras funciones asignadas de acuerdo con la naturaleza del cargo.
-

4.3.2.4 Descripción cargo vendedor

Tabla 99 Descripción cargo vendedor

| | |
|---|--|
|  | VENDEDOR |
| Departamento | Ventas |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente |
| Horario | Lunes a sábado 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. |

Objetivos generales del puesto de trabajo

- ★ Realizar las ventas y cumplir con las metas establecidas

Funciones principales

- ★ Realizar las ventas mediante la comunicación y visita a entidades, promoviéndolos y tomando sus órdenes de compra.
- ★ Asesorar y explica a los clientes sobre las ofertas disponibles y la mejor forma de utilizar los productos.
- ★ Atender las reclamaciones de los clientes proporcionándoles un trato adecuado y cercano.
- ★ Recuperación de la cartera
- ★ Identificar oportunidades de mejora en los procesos de ventas y divulgación.
- ★ Analizar la información referida de pronósticos, presupuestos, indicadores de ventas, con el objetivo de identificar desviaciones y plantear acciones de mejora.
- ★ Elaboración y gestión de reportes para presentar al jefe administrativo y a la gerencia.

-
- ★ Indagar y recopilar toda la información que pueda sobre la competencia, productos y necesidades del cliente.
 - ★ Conocer las necesidades que tiene en el mercado la empresa
 - ★ Administración de territorio o grupo de clientes que le ha sido asignado
 - ★ Fijar distribución de tiempo en la atención al cliente
 - ★ Conocer beneficios y características del producto/servicio
 - ★ Conocimiento de las condiciones de venta
 - ★ Saber manejar con soltura el producto
 - ★ Conocer las características de la prestación de servicios
 - ★ Conocimiento preciso de precios y sus modificaciones
 - ★ Tener identificada a la competencia
 - ★ Conocer los productos/servicios de la competencia y sus diferencias

Funciones secundarias

- ★ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.
 - ★ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.
 - ★ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.
 - ★ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.
 - ★ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.
-

4.3.2.5 Descripción cargo contador

Tabla 100 Descripción cargo contador

| | |
|---|---|
|  | CONTADOR |
| Departamento | Administrativo |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente |
| Horario | No debe cumplir horario, su contrato es por obra/labor. |

Objetivos generales del puesto de trabajo

Revisar la contabilidad de la empresa

Funciones principales

- ★ Revisar los movimientos contables elaborados por el auxiliar administrativo, verificando los estados y requisitos
- ★ Elaborar y presentar periódicamente a la gerencia los estados financieros,
- ★ Preparar en coordinación con el auxiliar administrativo los reportes y documentos para la declaración de renta, pago de aportes, rete-fuentes, e IVA en las fechas estipuladas
- ★ Orientar a la empresa en los aspectos legales y fiscales, para el cumplimiento cabal de sus obligaciones
- ★ Cumplir con las demás funciones asociadas a su cargo.

Funciones secundarias


- ★ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.
- ★ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.

-
- ✦ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.
 - ✦ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.
 - ✦ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.
-

4.3.3 Perfiles de los cargos

4.3.3.1 Perfil cargo gerente

Tabla 101 Perfil cargo gerente

| | |
|---|--|
|  | GERENTE |
| Departamento | Administrativo |
| Cargo del jefe inmediato | Junta de Socios |
| Horario | Lunes a viernes 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. |
| Dimensiones del puesto de trabajo | |
| Personas a cargo directamente: <ul style="list-style-type: none">★ Secretaria★ Especialista electricista★ Especialista en refrigeración★ Maestro de obra★ Ayudante de obra | Personas a cargo indirectamente: <ul style="list-style-type: none">★ Contador |
| Requisitos de educación | |
| Puede ser: <ul style="list-style-type: none">★ Profesional en el Área de Administración o afines★ Profesional en áreas del conocimiento respectivo a las labores que realiza la empresa (Ingenieros, arquitectos, constructores entre otros) | |
| Requisitos de experiencia | |

-
- ★ Dos (2) años dirigiendo áreas relacionadas y/o gestionando proyectos de servicios.
 - ★ Dominio de la legislación.
 - ★ Habilidad para establecer relaciones de trabajo efectivas
 - ★ Gestión de personal
 - ★ Planificación y control

Habilidades y destrezas

- ★ Análisis de problemas
- ★ Análisis numérico
- ★ Trabajo en equipo/ colaboración
- ★ Integridad
- ★ Responsabilidad
- ★ Capacidad de planificación/ organización
- ★ Liderazgo
- ★ Visión estratégica
- ★ Responsabilidad
- ★ Capacidad para solucionar problemas
- ★ Habilidad de análisis y toma de decisiones
- ★ Capacidad para enseñar o impartir problemas
- ★ Dinamismo
- ★ Proactividad
- ★ Comunicación oral y escrita
- ★ innovación/creatividad
- ★ Manejo de las relaciones interpersonales
- ★ Análisis de problemas

Error

El nivel es muy alto, ya que es el responsable de las acciones de los trabajadores de la empresa frente a los socios.


| | |
|------------------------------------|--|
| Resultado final por proceso | El nivel es muy alto, ya que tiene que velar por el cumplimiento de los objetivos y resultados propuestos para cada uno de los puestos de trabajo. |
| Maquinaria y equipos | El nivel es alto ya que es el encargado y responsable de que las maquinarias y equipos estén en buenas condiciones para el uso en los servicios como de su buen manejo durante la operación |
| Contacto con el publico | El nivel es medio-alto, debido a que no está en constante contacto directo con el cliente, aun así, debe plantear estrategias de mercado, ventas y publicidad en conjunto con el vendedor para buscar nuevos clientes |
| Información confidencial | El nivel es muy alto, ya que maneja documentación privada que es de suma importancia para la empresa y no es publica para el personal o clientes. |
| Dinero y valores | El nivel es alto, ya que tiene que velar por que los títulos valores como cheques, letras y dinero en efectivo se consigne en las respectivas entidades bancarias, y las finanzas de la empresa se estén llevando óptimamente. |
| Supervisión | El nivel es alto puesto que está a cargo de todos los puestos de trabajo de la empresa y tiene que vigilar por que se cumplan las normas y responsabilidades de cada dependencia. |

Esfuerzo mental

El nivel es muy alto, ya que demanda mucha concentración y atención al detalle, en donde se emplean ajustes y revisiones que requiere enfocar las facultades mentales para prevenir, controlar o detectar causas de variaciones que no se reconocen fácilmente.

4.3.3.2 Perfil cargo especialista en mantenimiento locativo

Tabla 102 Perfil cargo especialista en mantenimiento locativo

| | |
|--|---|
|  | ESPECIALISTA EN MANTENIMIENTO LOCATIVO |
| Departamento | Servicios |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente |
| Horario | Lunes a sábado 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. |
| Dimensiones del puesto de trabajo | |
| Personas a cargo directamente: ★ N/A | Personas a cargo indirectamente: ★ N/A |
| Requisitos de educación | |
| ★ Preferiblemente (no obligatorio) técnico o tecnólogo en mantenimiento, electricidad u obra civil. | |
| Requisitos de experiencia | |
| ★ Tres (3) años en labores de mantenimiento locativo. ★ Manejo de herramientas ★ Habilidad para establecer relaciones de trabajo efectivas. ★ Conocimiento del servicio al cliente. | |
| Habilidades y destrezas | |
| ★ Capacidad para solucionar problemas ★ Capacidad para trabajar bajo presión | |

✦ Orientación a resultados

✦ Responsabilidad

✦ Trabajo en equipo


| | |
|------------------------------------|--|
| Error | El nivel es alto, ya que es el responsable de las acciones del mantenimiento de la infraestructura de los clientes y cualquier problema o error en las reparaciones pueden causar lesiones a los clientes. |
| Resultado final por proceso | El nivel es alto, debido a que es el responsable de que los mantenimientos se hagan como corresponde. |
| Maquinaria y equipos | El nivel es medio-alto, ya que es el encargado de que las maquinarias y equipos sean utilizados debidamente e informando del mantenimiento que se debe realizar a cada uno de ellos |
| Contacto con el publico | El nivel es muy alto, debido a que es quien está en contacto con el cliente durante todo el proceso |
| Información confidencial | El nivel es muy medio, ya que no maneja documentación de suma importancia de la empresa |

Esfuerzo mental

El nivel es medio, debido a que demanda atención a la infraestructura que realiza el mantenimiento o reparación, para que se cumplan con las especificaciones que se demandaron, previniendo daños y reparaciones extras.

4.3.3.3 Perfil cargo secretaria

Tabla 103 Perfil cargo secretaria

| | | |
|---|--|-------------------|
|  | | SECRETARIA |
| Departamento | Administrativo | |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente | |
| Horario | Lunes a sábado 8:00 a.m. a 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. | |
| Dimensiones del puesto de trabajo | | |
| Personas a cargo directamente: | Personas a cargo indirectamente: | |
| ★ N/A | ★ N/A | |
| Requisitos de educación | | |
| ★ Tener aprobado el nivel técnico en contabilidad, secretariado u otras carreras afines | | |
| Requisitos de experiencia | | |
| ★ un 1 año en labores relacionadas con el cargo | | |
| Habilidades y destrezas | | |
| ★ Capacidad para solucionar problemas | | |
| ★ Capacidad para trabajar bajo presión | | |
| ★ Orientación a resultados | | |
| ★ Responsabilidad | | |
| ★ Trabajo en equipo | | |

| | |
|--|--|
| Error | El nivel es medio, ya que es la responsable de las acciones básicas y principales para el funcionamiento de la empresa |
| Resultado final por proceso | El nivel es medio, debido a que es el responsable de que los servicios inicien y cierren satisfactoriamente |
| Maquinaria y equipos | El nivel es bajo, ya que maneja equipo de oficina; computador, fotocopiadora, fax, etc. |
| Contacto con el publico | El nivel es muy alto, debido a que es quien está en contacto con el cliente al inicio y final del proceso |
| Información confidencial | El nivel es alto, ya que tiene acceso a documentos de valor para la empresa y que son privados- |
| Dinero y valores | El nivel es alto, porque maneja títulos valores como cheques, letras, contratos y la caja menor de la empresa. |
| Esfuerzo mental | |
| El nivel es medio, debido a que demanda atención a los procesos que maneja la empresa tanto en servicios como de funcionamiento. | |

4.3.3.4 Perfil cargo vendedor

Tabla 104 Perfil cargo vendedor

| | | |
|---|--|-------------------|
|  | | <h2>VENDEDOR</h2> |
| Departamento | Ventas | |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente | |
| Horario | Lunes a sábado 8:00 a.m. 12 m y 2 p.m. a 6 p.m. | |
| Dimensiones del puesto de trabajo | | |
| Personas a cargo directamente: | Personas a cargo indirectamente: | |
| ★ N/A | ★ N/A | |
| Requisitos de educación | | |
| ★ Se requiere ser técnico en marketing o carreras afines. | | |
| Requisitos de experiencia | | |
| ★ Dos 2 años en labores relacionadas con el cargo | | |
| Habilidades y destrezas | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ★ Buenas relaciones personales ★ Servicio al cliente ★ Comunicación asertiva ★ Conocimiento de negocio ★ Capacidad comercial y asesora ★ Sociabilidad ★ Control y seguimiento | | |


| | |
|------------------------------------|--|
| Error | El nivel es medio, ya que es el responsable de dar la información correcta a cerca del producto, con sus respectivas ventajas y promociones. |
| Resultado final por proceso | El nivel es medio, puesto que, al obtener y determinar la información de los clientes, aumentaría las ventas de los servicios locativos. |
| Maquinaria y equipos | El nivel es muy bajo, ya que su labor no se encuentra correlacionado con la maquinaria y equipos utilizados en los servicios de mantenimiento. |
| Contacto con el publico | El nivel es muy alto, ya que es el encargado de ofrecer el producto. |
| Información confidencial | El nivel es alto, debido a que maneja información relacionada con los clientes. |
| Dinero y valores | El nivel es medio, puesto que se encarga de recibir y entregar los pedidos solicitados, obteniendo el pago por cada producto vendido. |

Esfuerzo mental

El nivel es medio, ya que es un trabajo que no requiere enfocar las facultades mentales para prevenir, controlar o detectar causas de variaciones que no se reconocen fácilmente

4.3.3.5 Perfil cargo contador

Tabla 105 Perfil cargo vendedor

| | | |
|---|---|-------------------|
|  | | <h2>CONTADOR</h2> |
| Departamento | Administrativo | |
| Cargo del jefe inmediato | Gerente | |
| Horario | No debe cumplir horario, su contrato es por obra/labor. | |
| Dimensiones del puesto de trabajo | | |
| Personas a cargo directamente: | Personas a cargo indirectamente: | |
| ★ N/A | ★ N/A | |
| Requisitos de educación | | |
| ★ Se requiere que sea profesional en contaduría pública | | |
| Requisitos de experiencia | | |
| ★ Con experiencia mínima de 2 año. | | |
| Habilidades y destrezas | | |
| ★ Capacidad para solucionar problemas | | |
| ★ Capacidad para trabajar bajo presión | | |
| ★ Orientación a resultados | | |
| ★ Responsabilidad | | |
| ★ Trabajo en equipo | | |

| | |
|--|---|
| Error | El nivel es medio, ya que es la responsable de las acciones básicas y principales para el funcionamiento de la empresa |
| Resultado final por proceso | El nivel es medio, debido a que no está directamente relacionado con el proceso, solo mantiene la contabilidad de la empresa |
| Maquinaria y equipos | El nivel es bajo, ya que sus actividades no ejecutar el manejo de maquinaria, y el equipo que utiliza es el básico |
| Contacto con el publico | El nivel es bajo, ya que ni maneja contacto alguno con los clientes de la empresa |
| Información confidencial | El nivel es alto, ya que tiene acceso a documentos de valor para la empresa y que son privados- |
| Dinero y valores | El nivel es medio, ya que no tiene ningún tipo de contacto con el dinero de los servicios, pero si de la contabilidad que lleva la empresa. |
| Esfuerzo mental | |
| El nivel es medio, debido a que demanda atención a los procesos que maneja la empresa. | |

4.3.4 Asignación salarial

Las personas encargadas de participar de forma directa en la empresa **¡Qué bien!** Son los especialistas en mantenimiento locativo, gerente, secretaria, y vendedor con un contrato a término indefinido. Adicionalmente el salario, al personal fijo se le pagara todo lo de ley, en el cual se incluye ARL, pensión, cesantías, seguro y caja

de compensación. Se debe mencionar que el contador será un trabajador indirecto y su contratación será por obra/labor (prestación de servicios).

El factor prestacional está comprendido por:

Tabla 106 Factor prestacional para la mano de obra directa

| Factor prestacional | |
|-------------------------------|----------------|
| Cesantías | 8.333% |
| Prima de servicios | 8.333% |
| Intereses sobre las cesantías | 1% |
| Vacaciones | 4.167% |
| Aportes a salud | 8,5% |
| Aportes pensionales | 12% |
| Caja de compensación | 4% |
| Dotación | 5% |
| Riesgos laborales tipo III | 2.436% |
| TOTAL | 53,769% |

Fuente: GERENCIE, Nomina 2020⁴³

Tabla 107 Estructura salarial mano de obra directa

| Cargo | Cant. | Salario Básico | Auxilio de transporte | Factor Prestacional | Sueldo mensual |
|--|-------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| Especialista en mantenimiento locativo | 5 | \$ 1.000.000 | \$ 102.854 | \$ 592.994 | \$ 1.695.848 |
| Total (5 trabajadores) | | | | | \$ 8.479.238 |

⁴³ GERENCIE. Nomina 2020. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.gerencie.com/nomina.html>

Tabla 108 Factor prestacional personal de administración y ventas

| Factor prestacional | |
|-------------------------------|----------------|
| Cesantías | 8.333% |
| Prima de servicios | 8.333% |
| Intereses sobre las cesantías | 1% |
| Vacaciones | 4.167% |
| Aportes a salud | 8,5% |
| Aportes pensionales | 12% |
| Caja de compensación | 4% |
| Riesgos laborales tipo I | 0.522% |
| TOTAL | 46,855% |

Fuente: GERENCIE, Nomina 2020⁴⁴

Tabla 109 Estructura salarial personal de administración y ventas

| Cargo | Cant. | Salario Básico | Auxilio de transporte | Factor Prestacional | Sueldo mensual |
|--------------|----------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| Gerente | 1 | \$ 1.100.000 | \$ 102.854 | \$ 563.597 | \$ 1.766.451 |
| Secretaria | 1 | \$ 877.803 | \$ 102.854 | \$ 459.487 | \$ 1.440.144 |
| Vendedor | 1 | \$ 877.803 | \$ 102.854 | \$ 459.487 | \$ 1.440.144 |
| Total | 3 | \$ 2.855.606 | \$ 411.416 | \$ 1.482.571 | \$ 4.646.739 |

⁴⁴ GERENCIE. Nomina 2020. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.gerencie.com/nomina.html>

5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de la empresa *¡QUE BIEN!* comprende el análisis de los recursos económicos necesarios para el funcionamiento y generación de ganancias, donde se determina el costo de operativo de la planta, como de la evaluación financiera y económica que la comprende.

5.1 INVERSIONES

Para la empresa *¡Qué Bien!* las inversiones están constituidas por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para su implementación y así dotarla de su capacidad operativa. La inversión en la empresa comprende tres categorías, así: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

5.1.1 Inversión fija

Serán todos los activos fijos que requiere la empresa para el inicio de las operaciones propias del proyecto, como maquinaria, equipos, muebles y enseres.

5.1.1.1 Terrenos, construcciones y edificaciones

Inicialmente la empresa no tiene proyectado comprar un terreno, realizar construcciones o edificaciones. El lugar donde se ubicará el punto de atención será en un local u oficina tomada en arriendo y con un área aproximada de 81 metros², ubicado en el área metropolitana en el municipio de Santander. Por las anteriores razones, no existirá una inversión en terrenos, construcción y edificaciones.

5.1.1.2 Maquinaria y equipos:

Teniendo en cuenta la actividad que desarrollara la empresa para la prestación de los servicios se requiere las siguiente maquinaria y equipo:

Tabla 110: Maquinaria y equipos de producción

| CONCEPTO | CANT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--|-------|----------------|--------------|
| Caja de herramientas mecánicas que incluye; destornilladores, juego de llaves y copas, hombre-solo, martillo, alicates, pinzas, metro, nivel, entre otros. | 5 | \$ 450.000 | \$ 2.250.000 |
| Caladora | 2 | \$ 200.000 | \$ 400.000 |
| Equipo de soldadura | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Equipos de comunicación (celulares) | 5 | \$ 150.000 | \$ 750.000 |
| Equipos para trabajos en alturas, que incluye; arnés, eslinga, absorbedor de impactos, casco y mosquetón) | 2 | \$ 450.000 | \$ 900.000 |
| Escalera multipropósito 3 m | 3 | \$ 250.000 | \$ 750.000 |
| Escalera tipo tijera 4 m | 2 | \$ 400.000 | \$ 800.000 |
| Gabinete de herramientas | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Hidro lavadora | 1 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| Ingleteadora telescópica | 1 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 |
| Lijadora orbital | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Mesa de trabajo | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Pinza Volti-amperimétrica | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| Pistola portátil para pintar con compresor | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| Pulidora manual | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Remachadora | 2 | \$ 100.000 | \$ 200.000 |
| Set de herramientas para construcción que incluye; palustre, carretilla, pala, pica, espátula, entre otros. | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| Taladro industrial de mesa | 1 | \$ 750.000 | \$ 750.000 |

| | | | |
|--------------------|---|------------|----------------------|
| Taladro manual | 3 | \$ 200.000 | \$ 600.000 |
| Otras herramientas | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| TOTAL | | | \$ 13.850.000 |

Fuente: HOMECENTER⁴⁵

5.1.1.3 Muebles y enseres

Serán los recursos de oficina que requiere la empresa en su parte administrativa para ejecutar las labores:

Tabla 111: Muebles y enseres.

| CONCEPTO | CANT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----------------------------------|-------|----------------|---------------------|
| Escritorios | 3 | \$ 300.000 | \$ 900.000 |
| Sillas giratorias para escritorio | 3 | \$ 150.000 | \$ 450.000 |
| Sillas auxiliares para escritorio | 3 | \$ 80.000 | \$ 240.000 |
| Mesa de reuniones | 1 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| Sillas para mesa de reuniones | 4 | \$ 80.000 | \$ 320.000 |
| Extintores multipropósito | 2 | \$ 50.000 | \$ 100.000 |
| Botiquín | 1 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| Señalización | 5 | \$ 20.000 | \$ 100.000 |
| Punto ecológico | 1 | \$ 250.000 | \$ 250.000 |
| Archivador grande | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Casillero 4 puestos | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| TOTAL | | | \$ 3.460.000 |

Fuente: HOMECENTER⁴⁶

⁴⁵ HOMECENTER. Herramientas. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

⁴⁶ Ibid., p. 213

5.1.1.4 Equipos de oficina

La dotación de equipos de oficina para el funcionamiento, serán los equipos electrónicos de propiedad de la empresa utilizados para el desarrollo de sus operaciones.

Tabla 112: Equipos de oficina

| CONCEPTO | CANT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---------------------|-------|----------------|---------------------|
| Computador portátil | 2 | \$ 1.200.000 | \$ 2.400.000 |
| Celulares | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| Impresora | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Calculadoras | 3 | \$ 25.000 | \$ 75.000 |
| Teléfono | 1 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| TOTAL | | | \$ 3.375.000 |

Fuente: KTRONIX, Equipos de oficina⁴⁷

5.1.1.5 Herramientas de trabajo

La empresa no requiere inversiones en herramientas con valor considerable. Por tal razón no se tomaron en cuenta valores para esta tabla.

5.1.1.6 Total de inversión fija

A continuación, se relaciona el total de la inversión fija necesaria para la idea emprendedora **¡QUE BIEN!**

⁴⁷ KTRONIX. Equipos de oficina. [En línea] Consultado el 7 de marzo del 2020. Disponible en: <https://www.ktronix.com/>

Tabla 113: Total de inversión fija

| CONCEPTO | VALOR |
|----------------------|----------------------|
| Terreno | \$ 0 |
| Construcciones | \$ 0 |
| Maquinaria y Equipos | \$ 13.850.000 |
| Muebles y enseres | \$ 3.460.000 |
| Equipos de oficina | \$ 3.375.000 |
| Herramientas | \$ 0 |
| TOTAL | \$ 20.685.000 |

5.1.2 Inversión diferida

Son los gastos no físicos que se realizan en el periodo previo al inicio de las operaciones de la empresa y corresponden básicamente a la adquisición de los servicios o permisos necesarios para la puesta en marcha.

Dadas sus características estos se amortizan generalmente durante los primeros cinco años de operación como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 114: Inversión diferida

| CONCEPTO | VALOR |
|---|---------------------|
| Estudio de Factibilidad | \$ 500.000 |
| Tramites de legalización | \$ 300.000 |
| Software contable | \$ 500.000 |
| Adecuaciones y Remodelaciones | \$ 1.000.000 |
| Publicidad Lanzamiento | \$ 3.800.000 |
| TOTAL | \$ 6.100.000 |
| Valor Amortización Anual (Por cinco años) | \$ 1.220.000 |

5.1.3 Inversión capital de trabajo

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. La empresa para iniciar requiere determinar la inversión total del capital de trabajo, el cual se deriva de los costos de producción (M.O.D., Insumos directos y CIF), gastos de administración y ventas, y gastos financieros que estarán dados en mes laboral.

5.1.3.1 Costos de prestación del servicio

Estos representan los desembolsos en efectivo que la empresa realizará en el área operativa para atender las necesidades y obligaciones de su objeto social según el presente proyecto que este guiado para un mes de trabajo.

5.1.3.1.1 Materia prima

Teniendo en cuenta que la actividad de la empresa *¡Qué Bien!* es la prestación de diversos servicios de mantenimiento, se requerirán de materias primas e insumos que varían dependiendo del trabajo contratado, lo cual imposibilita su estandarización. Por esta razón los materiales utilizados estarán a cargo de los clientes o serán cobrados de manera diferenciada. Se debe mencionar que para los cálculos las unidades proyectadas son en servicios (mano de obra) realizados durante el año.

5.1.3.1.2 Mano de obra directa

Las personas encargadas de participar de forma directa en la ejecución de los servicios son los especialistas y expertos en mantenimiento contratados por la empresa.

Tabla 115: Mano de obra directa

| | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| Cargo | Técnico especialista en mantenimiento |
| Cantidad | 5 |
| Salario básico | \$ 1.000.000 |
| Auxilio de transporte | \$ 102.854 |
| Factor prestacional | \$ 592.994 |
| Asignación unitaria | \$ 1.695.848 |
| Total mensual | \$ 8.479.238 |
| Total anual | \$ 101.750.854 |

5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación.

Para el costo indirecto de fabricación se considera la depreciación de la parte de producción, mano de obra indirecta, insumos indirectos y otros CIF

➤ Depreciación

Se deprecia los bienes del área de producción, teniendo en cuenta la vida útil de cada uno de ellos y utilizando el método de línea recta. De igual forma es de aclararse que ésta debe asignarse tanto a la parte administrativa como operativa, para lo cual se hace un prorrateo de esta.

Tabla 116: Depreciación de los activos fijos

| Ítem | Valor | Tiempo a depreciar | Valor de Salvamento | Valor a Depreciar | Depreciación Mensual | Depreciación Anual |
|----------------------|----------------------|--------------------|---------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Construcciones | \$ 0 | 20 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Maquinaria y Equipos | \$ 13.850.000 | 10 | \$ 6.925.000 | \$ 6.925.000 | \$ 115.417 | \$ 1.385.000 |
| Muebles y enseres | \$ 3.460.000 | 5 | \$ 0 | \$ 3.460.000 | \$ 57.667 | \$ 692.000 |
| Equipos de oficina | \$ 3.375.000 | 5 | \$ 0 | \$ 3.375.000 | \$ 56.250 | \$ 675.000 |
| Herramientas | \$ 0 | 5 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| TOTAL | \$ 20.685.000 | | | \$ 13.760.000 | \$ 229.333 | \$ 2.752.000 |

Tabla 117: Asignación porcentual de la Depreciación

| Depreciación | Porcentajes De Prorratio | |
|----------------------|--------------------------|----------------|
| | Operativo | Administrativo |
| Construcciones | 0% | 100% |
| Maquinaria y Equipos | 100% | 0% |
| Muebles y enseres | 10% | 90% |
| Equipos de oficina | 0% | 100% |

Herramientas 0% 100%

Tabla 118: Asignación de la Depreciación

| Depreciación | Valor | Distribución depreciación | |
|---------------------|--------------|---------------------------|----------------|
| | | Operativo | Administrativo |
| Construcciones | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Maquinaria y equipo | \$ 1.385.000 | \$ 1.385.000 | \$ 0 |
| Muebles y enseres | \$ 692.000 | \$ 69.200 | \$ 622.800 |
| Equipo de oficina | \$ 675.000 | \$ 0 | \$ 675.000 |

| | | | |
|--------------|------|------|------|
| Herramientas | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
|--------------|------|------|------|

➤ **Servicios Públicos y Arrendamiento:**

Para el cálculo del valor de servicios públicos y el arrendamiento, se prorrateo el porcentaje en la parte operativa y administrativa así:

Tabla 119: Prorrateo de Servicios Públicos y Arrendamiento

| Servicios públicos y arrendamientos | Porcentajes de prorrateo | |
|--|--------------------------|----------------|
| | Operativo | Administrativo |
| Gas | 0% | 100% |
| Arrendamiento | 30% | 70% |
| Servicio de Acueducto, Alcantarillado y Aseo | 20% | 80% |
| Energía | 30% | 70% |
| Teléfono, Internet Banda ancha y Televisión | 50% | 50% |

Tabla 120: Asignación de Servicios Públicos y Arrendamiento

| Servicios públicos | Valor | Porcentajes de prorrateo | |
|--|--------------|--------------------------|----------------|
| | | Operativo | Administrativo |
| Gas | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Arrendamiento | \$ 1.200.000 | \$ 360.000 | \$ 840.000 |
| Servicio de Acueducto, Alcantarillado y Aseo | \$ 80.000 | \$ 16.000 | \$ 64.000 |
| Energía | \$ 90.000 | \$ 27.000 | \$ 63.000 |
| Teléfono, Internet Banda ancha y Televisión | \$ 70.000 | \$ 35.000 | \$ 35.000 |

➤ **Mantenimiento y Seguros:**

Para el cálculo del valor del mantenimiento y seguros, se toman los activos asignados tanto a la parte operativa como administrativa y a éstos se toma un 5% como valor de mantenimiento y 1% como valor de seguros.

➤ **Total CIF:**

Tomando en cuenta lo anterior, el valor total de los costos indirectos de prestación del servicio se obtiene al sumar depreciación, servicios públicos, arrendamientos, mantenimiento, seguros, así:

Tabla 121: Total Costos Indirectos

| Ítem | | Valor mensual | Valor anual |
|-----------------------------------|----|-------------------|---------------------|
| Mantenimiento | 5% | \$ 57.708 | \$ 692.500 |
| Seguros | 1% | \$ 11.830 | \$ 141.960 |
| Depreciación Construcciones | | \$ 0 | \$ 0 |
| Depreciación Maquinaria y Equipos | | \$ 115.417 | \$ 1.385.000 |
| Depreciación Muebles y enseres | | \$ 5.767 | \$ 69.200 |
| Depreciación Equipos de oficina | | \$ 0 | \$ 0 |
| Depreciación Herramientas | | \$ 0 | \$ 0 |
| Servicios | | \$ 78.000 | \$ 936.000 |
| Arrendamiento | | \$ 360.000 | \$ 4.320.000 |
| TOTAL | | \$ 628.722 | \$ 7.544.660 |

5.1.3.1.4 Total costos de prestación del servicio.

Totalizando los cuadros se tienen:

Tabla 122: Total costos de prestación del servicio

| Ítem | Valor mensual | Valor anual |
|--------------------------|---------------------|-----------------------|
| Mano de Obra Directa MOD | \$ 8.479.238 | \$ 101.750.854 |
| Materia Prima | \$ 0 | \$ 0 |
| Costos Indirectos | \$ 628.722 | \$ 7.544.660 |
| TOTAL | \$ 9.107.960 | \$ 109.295.514 |

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas

Se desglosa la nómina administrativa, la depreciación de la oficina, los gastos generales administrativos, financieros y dotación para los 3 trabajadores directos que tiene la empresa (dos administrativos y uno de ventas).

Tabla 123: Gastos de Personal Administrativo

| Ítem | Cant. | Salario básico | Auxilio de transporte | Factor prestacional | Total mensual | Total anual |
|--------------|----------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Gerente | 1 | \$ 1.100.000 | \$ 102.854 | \$ 563.597 | \$ 1.766.451 | \$ 21.197.415 |
| Secretaria | 1 | \$ 877.803 | \$ 102.854 | \$ 459.487 | \$ 1.440.144 | \$ 17.281.726 |
| TOTAL | 2 | \$ 1.977.803 | \$ 205.708 | \$ 1.023.084 | \$ 3.206.595 | \$ 38.479.141 |

Tabla 124: Gastos de Administración

| Ítem | | Valor mensual | Valor anual |
|--|----|---------------------|----------------------|
| Mantenimiento | 5% | \$ 14.063 | \$ 168.750 |
| Seguros | 1% | \$ 5.408 | \$ 64.890 |
| Depreciación Construcciones | | \$ 0 | \$ 0 |
| Depreciación Maquinaria y Equipos | | \$ 0 | \$ 0 |
| Depreciación Muebles y enseres | | \$ 51.900 | \$ 622.800 |
| Depreciación Equipos de oficina | | \$ 56.250 | \$ 675.000 |
| Depreciación Herramientas | | \$ 0 | \$ 0 |
| Arrendamiento | | \$ 840.000 | \$ 10.080.000 |
| Servicios | | \$ 162.000 | \$ 1.944.000 |
| Arriendos | | \$ 840.000 | \$ 10.080.000 |
| Imprevistos | | \$ 50.000 | \$ 600.000 |
| Publicidad de operación | | \$ 366.667 | \$ 4.400.000 |
| Papelería ⁴⁸ | | \$ 43.983 | \$ 527.800 |
| Insumos de aseo ⁴⁹ | | \$ 58.733 | \$ 704.800 |
| Amortización de diferidos | | \$ 101.667 | \$ 1.220.000 |
| Contratación Externa (Servicios contables) | | \$ 300.000 | \$ 3.600.000 |
| TOTAL | | \$ 2.890.670 | \$ 34.688.040 |

⁴⁸ Tabla 92 Útiles de oficina (Papelería). Estudio técnico

⁴⁹ Tabla 93 Útiles de aseo. Estudio técnico

Tabla 125: Gastos de personal de ventas

| Ítem | Cant. | Salario básico | Auxilio de transporte | Factor prestacional | Total Mensual | Total anual |
|--------------|-------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------|----------------------|
| Vendedor | 1 | \$ 877.803 | \$ 102.854 | \$ 527.289 | \$ 1.507.946 | \$ 18.095.358 |
| TOTAL | 1 | \$ 877.803 | \$ 102.854 | \$ 527.289 | \$ 1.507.946 | \$ 18.095.358 |

Tabla 126: Total gastos de administración y ventas

| Ítem | Valor mensual | Valor anual |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|
| Gasto de Personal Administrativo | \$ 3.206.595 | \$ 38.479.141 |
| Gasto de personal de ventas | \$ 1.507.946 | \$ 18.095.358 |
| Gastos de Administración | \$ 2.890.670 | \$ 34.688.040 |
| TOTAL | \$ 7.605.212 | \$ 91.262.538 |

5.1.3.3 Gastos financieros

Los gastos financieros son los desembolsos en efectivo que la nueva empresa debe asumir por concepto del crédito bancario destinado a financiar parte de la inversión del proyecto.

Tabla 127: Gastos financieros

| Gastos financieros | Valor mes |
|--------------------------|------------|
| Monto de Intereses mes 1 | \$ 759.000 |
| Monto de intereses mes 2 | \$ 750.790 |
| monto de intereses mes 3 | \$ 742.467 |

En el apartado 5.1.5 *Fuentes de financiación* se hará una descripción detallada del crédito bancario que se solicitará.

5.1.3.4 Total inversión capital de trabajo.

La inversión de capital de trabajo para la empresa corresponde al efectivo necesario para cubrir 3 meses de actividades, el cual es de \$ 49.544.953 como se observa a continuación.

Tabla 128: Total inversión capital de trabajo

| Capital de trabajo | Valor mes | Valor a necesitar |
|---|----------------------|----------------------|
| Costos del producto (Prestación del servicio) | \$ 9.107.960 | \$ 27.323.879 |
| Gastos de Administración y Ventas | \$ 7.605.212 | \$ 22.815.635 |
| Gastos Financieros | \$ 759.000 | \$ 1.509.790 |
| Gravamen del 4 x 1.000 | \$ 72.864 | \$ 218.591 |
| (Depreciaciones y amortizaciones) | \$ 331.000 | \$ 993.000 |
| TOTAL | \$ 17.214.035 | \$ 50.874.894 |

5.1.4 Inversión total

En este rubro se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo requeridas para el proyecto

Tabla 129: Inversión total

| Inversión total | Valor |
|---------------------------------|----------------------|
| Inversión Fija | \$ 20.685.000 |
| Inversión Diferida | \$ 6.100.000 |
| Inversión en Capital de Trabajo | \$ 50.874.894 |
| TOTAL | \$ 77.659.894 |

5.1.5 Fuentes de financiación

¡**QUE BIEN!** cuenta con los siguientes recursos para iniciar el proyecto.

- a. **Recursos propios.** Para el inicio del proyecto se cuenta con un recurso por un valor \$ 22.659.894, que corresponden al 29,18% de la inversión total.
- b. **Recursos de terceros.** Para obtener el restante de la inversión \$ 55.000.000, el cual corresponde al 70,82% de la inversión total.

Tabla 130: Fuentes de financiación

| Recursos | Fuentes de financiación | Valor | Porcentaje de Participación |
|--------------|-------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Propios | Aportes de los socios | \$ 22.659.894 | 29,18% |
| Terceros | Crédito bancario | \$ 55.000.000 | 70,82% |
| TOTAL | | \$ 77.659.894 | 100% |

Se debe mencionar que con la información suministrada por la súper-financiera, sobre las tasas efectivas anuales con corte al 2020-04-04 en los establecimientos de crédito. Se tomó como referencia la tasa manejada a 5 años por el banco más importante de Colombia (Bancolombia), la cual es de 17,99% EA.

Tabla 131: Datos de la financiación

| Información del crédito | |
|-------------------------|---------------|
| Entidad bancaria | Bancolombia |
| Monto por Financiar | \$ 55,000,000 |
| Tasa anual efectiva | 17.99% |
| Tasa mensual efectiva | 1.3881% |
| No. Cuotas | 60 (5 años) |

Tabla 132: Resumen del crédito

| Año | Pagos | Intereses | Abono a capital | Saldo |
|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------|
| 1 | \$ 16.246.959 | \$ 8.540.437 | \$ 7.706.522 | \$ 47.293.478 |
| 2 | \$ 16.246.959 | \$ 7.162.776 | \$ 9.084.182 | \$ 38.209.296 |
| 3 | \$ 16.246.959 | \$ 5.538.837 | \$ 10.708.122 | \$ 27.501.174 |
| 4 | \$ 16.246.959 | \$ 3.624.594 | \$ 12.622.365 | \$ 14.878.809 |
| 5 | \$ 16.246.959 | \$ 1.368.149 | \$ 14.878.809 | \$ 0 |
| TOTAL | \$ 81.234.793 | \$ 26.234.793 | \$ 55.000.000 | |

Tabla 133: Amortización del crédito

| Cuota | Pago | Intereses | Abono a capital | Saldo |
|-------|--------------|------------|-----------------|---------------|
| 0 | | | | \$ 55.000.000 |
| 1 | \$ 1.353.913 | \$ 759.000 | \$ 594.913 | \$ 54.405.087 |
| 2 | \$ 1.353.913 | \$ 750.790 | \$ 603.123 | \$ 53.801.964 |
| 3 | \$ 1.353.913 | \$ 742.467 | \$ 611.446 | \$ 53.190.518 |
| 4 | \$ 1.353.913 | \$ 734.029 | \$ 619.884 | \$ 52.570.634 |
| 5 | \$ 1.353.913 | \$ 725.475 | \$ 628.438 | \$ 51.942.195 |
| 6 | \$ 1.353.913 | \$ 716.802 | \$ 637.111 | \$ 51.305.084 |
| 7 | \$ 1.353.913 | \$ 708.010 | \$ 645.903 | \$ 50.659.181 |
| 8 | \$ 1.353.913 | \$ 699.097 | \$ 654.817 | \$ 50.004.365 |
| 9 | \$ 1.353.913 | \$ 690.060 | \$ 663.853 | \$ 49.340.512 |
| 10 | \$ 1.353.913 | \$ 680.899 | \$ 673.014 | \$ 48.667.498 |
| 11 | \$ 1.353.913 | \$ 671.611 | \$ 682.302 | \$ 47.985.196 |
| 12 | \$ 1.353.913 | \$ 662.196 | \$ 691.718 | \$ 47.293.478 |
| 13 | \$ 1.353.913 | \$ 652.650 | \$ 701.263 | \$ 46.592.215 |

| | | | | |
|----|--------------|------------|--------------|---------------|
| 14 | \$ 1.353.913 | \$ 642.973 | \$ 710.941 | \$ 45.881.274 |
| 15 | \$ 1.353.913 | \$ 633.162 | \$ 720.752 | \$ 45.160.523 |
| 16 | \$ 1.353.913 | \$ 623.215 | \$ 730.698 | \$ 44.429.825 |
| 17 | \$ 1.353.913 | \$ 613.132 | \$ 740.782 | \$ 43.689.043 |
| 18 | \$ 1.353.913 | \$ 602.909 | \$ 751.004 | \$ 42.938.039 |
| 19 | \$ 1.353.913 | \$ 592.545 | \$ 761.368 | \$ 42.176.671 |
| 20 | \$ 1.353.913 | \$ 582.038 | \$ 771.875 | \$ 41.404.795 |
| 21 | \$ 1.353.913 | \$ 571.386 | \$ 782.527 | \$ 40.622.268 |
| 22 | \$ 1.353.913 | \$ 560.587 | \$ 793.326 | \$ 39.828.942 |
| 23 | \$ 1.353.913 | \$ 549.639 | \$ 804.274 | \$ 39.024.669 |
| 24 | \$ 1.353.913 | \$ 538.540 | \$ 815.373 | \$ 38.209.296 |
| 25 | \$ 1.353.913 | \$ 527.288 | \$ 826.625 | \$ 37.382.671 |
| 26 | \$ 1.353.913 | \$ 515.881 | \$ 838.032 | \$ 36.544.639 |
| 27 | \$ 1.353.913 | \$ 504.316 | \$ 849.597 | \$ 35.695.041 |
| 28 | \$ 1.353.913 | \$ 492.592 | \$ 861.322 | \$ 34.833.720 |
| 29 | \$ 1.353.913 | \$ 480.705 | \$ 873.208 | \$ 33.960.512 |
| 30 | \$ 1.353.913 | \$ 468.655 | \$ 885.258 | \$ 33.075.254 |
| 31 | \$ 1.353.913 | \$ 456.439 | \$ 897.475 | \$ 32.177.779 |
| 32 | \$ 1.353.913 | \$ 444.053 | \$ 909.860 | \$ 31.267.919 |
| 33 | \$ 1.353.913 | \$ 431.497 | \$ 922.416 | \$ 30.345.503 |
| 34 | \$ 1.353.913 | \$ 418.768 | \$ 935.145 | \$ 29.410.358 |
| 35 | \$ 1.353.913 | \$ 405.863 | \$ 948.050 | \$ 28.462.308 |
| 36 | \$ 1.353.913 | \$ 392.780 | \$ 961.133 | \$ 27.501.174 |
| 37 | \$ 1.353.913 | \$ 379.516 | \$ 974.397 | \$ 26.526.777 |
| 38 | \$ 1.353.913 | \$ 366.070 | \$ 987.844 | \$ 25.538.934 |
| 39 | \$ 1.353.913 | \$ 352.437 | \$ 1.001.476 | \$ 24.537.458 |

| | | | | |
|----|--------------|------------|--------------|---------------|
| 40 | \$ 1.353.913 | \$ 338.617 | \$ 1.015.296 | \$ 23.522.161 |
| 41 | \$ 1.353.913 | \$ 324.606 | \$ 1.029.307 | \$ 22.492.854 |
| 42 | \$ 1.353.913 | \$ 310.401 | \$ 1.043.512 | \$ 21.449.342 |
| 43 | \$ 1.353.913 | \$ 296.001 | \$ 1.057.912 | \$ 20.391.430 |
| 44 | \$ 1.353.913 | \$ 281.402 | \$ 1.072.511 | \$ 19.318.918 |
| 45 | \$ 1.353.913 | \$ 266.601 | \$ 1.087.312 | \$ 18.231.606 |
| 46 | \$ 1.353.913 | \$ 251.596 | \$ 1.102.317 | \$ 17.129.289 |
| 47 | \$ 1.353.913 | \$ 236.384 | \$ 1.117.529 | \$ 16.011.760 |
| 48 | \$ 1.353.913 | \$ 220.962 | \$ 1.132.951 | \$ 14.878.809 |
| 49 | \$ 1.353.913 | \$ 205.328 | \$ 1.148.586 | \$ 13.730.224 |
| 50 | \$ 1.353.913 | \$ 189.477 | \$ 1.164.436 | \$ 12.565.788 |
| 51 | \$ 1.353.913 | \$ 173.408 | \$ 1.180.505 | \$ 11.385.282 |
| 52 | \$ 1.353.913 | \$ 157.117 | \$ 1.196.796 | \$ 10.188.486 |
| 53 | \$ 1.353.913 | \$ 140.601 | \$ 1.213.312 | \$ 8.975.174 |
| 54 | \$ 1.353.913 | \$ 123.857 | \$ 1.230.056 | \$ 7.745.118 |
| 55 | \$ 1.353.913 | \$ 106.883 | \$ 1.247.031 | \$ 6.498.087 |
| 56 | \$ 1.353.913 | \$ 89.674 | \$ 1.264.240 | \$ 5.233.848 |
| 57 | \$ 1.353.913 | \$ 72.227 | \$ 1.281.686 | \$ 3.952.162 |
| 58 | \$ 1.353.913 | \$ 54.540 | \$ 1.299.373 | \$ 2.652.788 |
| 59 | \$ 1.353.913 | \$ 36.608 | \$ 1.317.305 | \$ 1.335.484 |
| 60 | \$ 1.353.913 | \$ 18.430 | \$ 1.335.484 | \$ 0 |

5.2 COSTOS Y GASTOS

Estos son los costos que la empresa ¡**QuéBien!** está a disposición de pagar para realizar los servicios que presta, estos se dividen en:

5.2.1 Costos fijos

Son todos los costos que la empresa tiene que pagar independientemente si realiza servicios o no, donde deben cumplir mes a mes con estos valores para que siga en funcionamiento en la prestación de servicios.

Tabla 134: Costos fijos

| Costos Fijos | | Valor anual |
|--------------------------|--------------|-----------------------|
| Mano de Obra Directa MOD | | \$ 101.750.854 |
| Costos Indirectos Fijos | | \$ 6.795.860 |
| Arriendo | \$ 4.320.000 | |
| Servicios | \$ 187.200 | |
| Depreciación | \$ 1.454.200 | |
| Mantenimiento | \$ 692.500 | |
| Seguros | \$ 141.960 | |
| TOTAL | | \$ 108.546.714 |

5.2.2 Costos variables

Estos costos serán diferentes en cada ciclo que la empresa presenta, ya que estos variaran según la cantidad de servicios que se presten a lo largo del mes, los cuales pueden aumentar o disminuir según sea el caso.

Tabla 135: Costos variables

| Costos Variables | | Valor anual |
|-----------------------------|------------|--------------------|
| Materia Prima | | \$ 0 |
| Costos Indirectos Variables | | \$ 748.800 |
| Servicios | \$ 748.800 | |
| TOTAL | | \$ 748.800 |

5.2.3 Costos totales unitarios

Este es el costo que tiene la prestación del servicio para el primer año de funcionamiento, el cual está calculado para un total de **1.027 servicios** de mantenimiento locativos realizados por la empresa.

Tabla 136: Costo total

| Costo total | Valor anual | Costo por unidad |
|---------------------------------|-----------------------|-------------------|
| Total Anual de Costos Fijos | \$ 108.546.714 | \$ 104.150 |
| Total Anual de Costos Variables | \$ 748.800 | \$ 709 |
| TOTAL | \$ 109.295.514 | \$ 106.422 |

Para determinar los costos totales unitarios por servicio, se debe hallar el margen de contribución en los costos totales. Para esto se debe calcular el porcentaje de participación por ingresos de cada servicio, tomando en cuenta los resultados de la demanda.

Tabla 137: Porcentaje de participación por ingresos

| Servicio | Demanda efectiva | Porcentaje de participación |
|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| Eléctrico | \$ 4.987.866.674 | 21,30% |
| Construcción | \$ 8.297.186.226 | 35,43% |
| Plomería. | \$ 2.864.380.324 | 12,23% |
| Carpintería metálica | \$ 3.585.916.078 | 15,31% |
| Carpintería. | \$ 3.681.280.635 | 15,72% |
| Total | \$ 23.416.629.936 | 100% |

Tabla 138: Costos totales unitarios por servicio

| Tipo de servicio | Porcentaje de participación | Costo total | Cant. de servicios | Costo por unidad |
|----------------------|-----------------------------|----------------|--------------------|-------------------|
| Eléctrico | 21,30% | \$ 23.280.526 | 303 | \$ 76.807 |
| Construcción | 35,43% | \$ 38.726.548 | 253 | \$ 153.320 |
| Plomería. | 12,23% | \$ 13.369.299 | 220 | \$ 60.648 |
| Carpintería metálica | 15,31% | \$ 16.737.017 | 136 | \$ 122.846 |
| Carpintería. | 15,72% | \$ 17.182.125 | 115 | \$ 149.654 |
| Total | 100,00% | \$ 109.295.514 | 1027 | |

5.3 PRECIO DE VENTA

El precio de venta fue definido, de acuerdo con los costos de prestación de un servicio, determinado por los costos variables y fijos que presenta la empresa de forma que se tenga una ganancia o rentabilidad esperada, donde se definió que se obtendría una ganancia del 50% en todos los servicios prestados, los cuales se calcula teniendo en cuenta la formula a continuación.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario por servicio}}{1 - \text{Margen de utilidad}}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario por servicio}}{1 - 50\%}$$

Tabla 139: Precio de venta de los servicios

| Tipo de servicio | Costos Totales Unitarios | Margen de Utilidad bruta | Precio de Venta |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| Eléctrico | \$ 76.807 | 50% | \$ 153.614 |
| Construcción | \$ 153.320 | 50% | \$ 306.639 |
| Plomería. | \$ 60.648 | 50% | \$ 121.297 |
| Carpintería metálica | \$ 122.846 | 50% | \$ 245.692 |
| Carpintería. | \$ 149.654 | 50% | \$ 299.308 |

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.4.1 Proyección de ingresos

A continuación, se presentan los ingresos proyectados de los primeros 5 años un incremento anual en ventas del 10%, correspondientes para los servicios de mantenimiento locativos, teniendo en cuenta la capacidad utilizada y proyectada para esos años.

Tabla 140: Ingresos totales por servicio en el primer año

| Tipo de servicio | Cant. De Servicios | Precio de Venta | Ingresos |
|----------------------|--------------------|-----------------|----------------|
| Eléctrico | 303 | \$ 153.614 | \$ 46.561.051 |
| Construcción | 253 | \$ 306.639 | \$ 77.453.095 |
| Plomería. | 220 | \$ 121.297 | \$ 26.738.597 |
| Carpintería metálica | 136 | \$ 245.692 | \$ 33.474.035 |
| Carpintería. | 115 | \$ 299.308 | \$ 34.364.250 |
| Total | 1027 | | \$ 218.591.028 |

Tabla 141: Proyección de ingresos por servicios

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Incremento anual | | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Tipo de servicio | Servicios | Servicios | Servicios | Servicios | Servicios |
| Eléctrico | 303 | 312 | 322 | 331 | 341 |
| Construcción | 253 | 260 | 268 | 276 | 284 |
| Plomería. | 220 | 227 | 234 | 241 | 248 |
| Carpintería metálica | 136 | 140 | 145 | 149 | 153 |
| Carpintería. | 115 | 118 | 122 | 125 | 129 |
| Total | 1.027 | 1.058 | 1.090 | 1.122 | 1.156 |

Tabla 142: Proyección de ingresos

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Incremento anual | | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Tipo de servicio | Ingresos | Ingresos | Ingresos | Ingresos | Ingresos |
| Eléctrico | \$ 46.561.051 | \$ 47.941.399 | \$ 49.379.641 | \$ 50.861.030 | \$ 52.386.861 |
| Construcción | \$ 77.453.095 | \$ 79.907.187 | \$ 82.304.403 | \$ 84.773.535 | \$ 87.316.741 |
| Plomería. | \$ 26.738.597 | \$ 27.485.858 | \$ 28.310.434 | \$ 29.159.747 | \$ 30.034.539 |
| Carpintería metálica | \$ 33.474.035 | \$ 34.416.559 | \$ 35.449.056 | \$ 36.512.528 | \$ 37.607.904 |
| Carpintería. | \$ 34.364.250 | \$ 35.453.077 | \$ 36.516.669 | \$ 37.612.169 | \$ 38.740.534 |
| Total | \$ 218.591.028 | \$ 225.148.759 | \$ 231.903.222 | \$ 238.860.318 | \$ 246.026.128 |

5.4.2 Proyección de egresos

A continuación, se presentan los egresos proyectados para los primeros 5 años, correspondientes a costos de prestación del servicio, los gastos administrativos y de ventas y los gastos financieros. Teniendo en cuenta que los datos suministrados se trabajaron de manera constante y que solo varían con el tiempo las que tienen incidencia con los servicios que se prestan.

Tabla 143: Proyección de Egresos

| | Año | Año | Año | Año | Año |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Mano de Obra Directa MOD | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 |
| Costos Indirectos de P. S Fijos | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 |
| Costos Indirectos de P. S Variables | \$ 748.800 | \$ 771.264 | \$ 794.402 | \$ 818.234 | \$ 842.781 |
| COSTOS DE PRESTACION SERVICIO | \$ 109.295.514 | \$ 109.295.514 | \$ 109.317.978 | \$ 109.341.116 | \$ 109.364.948 |
| Gastos de Personal | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 |
| Gastos de Administración | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 |
| Gastos de Personal de Ventas | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS | \$ 88.229.938 | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 |
| Gastos Financieros | \$ 8.540.437 | \$ 7.162.776 | \$ 5.538.837 | \$ 3.624.594 | \$ 1.368.149 |
| Gravamen del 4 x 1.000 | \$ 874.364 | \$ 900.595 | \$ 927.613 | \$ 955.441 | \$ 984.105 |
| GASTOS NO OPERACIONALES | \$ 9.414.801 | \$ 8.063.371 | \$ 6.466.450 | \$ 4.580.035 | \$ 2.352.254 |

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de resultados proyectados

La empresa ha definido de acuerdo con las estructuras de costos, precio de ventas, egresos e ingresos, el estado de resultados para la proyección de 5 años, el cual para los gastos administrativos de ventas proyectados se espera un crecimiento del 10% ya que es una variable que depende de los servicios que preste. A continuación, se presenta el estado de resultados de la empresa:

Tabla 144: Estado de Resultados proyectados.

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingreso Operacional por ventas | \$ 218.591.028 | \$ 225.148.759 | \$ 231.903.222 | \$ 238.860.318 | \$ 246.026.128 |
| Total ingresos | \$ 218.591.028 | \$ 225.148.759 | \$ 231.903.222 | \$ 238.860.318 | \$ 246.026.128 |
| Mano de Obra Directa MOD | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 |
| Materia Prima | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Costos Indirectos Fijos | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 |
| Costos Indirectos Variables | \$ 748.800 | \$ 771.264 | \$ 794.402 | \$ 818.234 | \$ 842.781 |
| Costos de prestación servicio | \$ 109.295.514 | \$ 109.317.978 | \$ 109.341.116 | \$ 109.364.948 | \$ 109.389.495 |
| Utilidad bruta | \$ 109.295.514 | \$ 115.830.781 | \$ 122.562.106 | \$ 129.495.370 | \$ 136.636.633 |

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Gastos de Personal | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 | \$ 38.479.141 |
| Gastos de Administración | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 | \$ 34.688.040 |
| Gastos de Personal de Ventas | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 |
| Gastos administración y ventas | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 | \$ 91.262.538 |
| Utilidad operacional | \$ 18.032.976 | \$ 24.568.242 | \$ 31.299.567 | \$ 38.232.832 | \$ 45.374.094 |
| Gastos Financieros | \$ 8.540.437 | \$ 7.162.776 | \$ 5.538.837 | \$ 3.624.594 | \$ 1.368.149 |
| Gravamen del 4 x 1.000 | \$ 874.364 | \$ 900.595 | \$ 927.613 | \$ 955.441 | \$ 984.105 |
| Gastos no operacionales | \$ 9.414.801 | \$ 8.063.371 | \$ 6.466.450 | \$ 4.580.035 | \$ 2.352.254 |
| Utilidad antes de impuestos | \$ 8.618.175 | \$ 16.504.871 | \$ 24.833.117 | \$ 33.652.797 | \$ 43.021.841 |
| Provisión para Impuestos (33%) | \$ 2.843.998 | \$ 5.446.608 | \$ 8.194.929 | \$ 11.105.423 | \$ 14.197.207 |
| UTILIDAD NETA | \$ 5.774.177 | \$ 11.058.264 | \$ 16.638.189 | \$ 22.547.374 | \$ 28.824.633 |
| Reservas (10%) | \$ 577.418 | \$ 1.105.826 | \$ 1.663.819 | \$ 2.254.737 | \$ 2.882.463 |

5.5.2 Flujo de caja proyectado.

El flujo de caja proyectado es importante ya que facilita la información de la capacidad de la empresa que tiene pagar sus deudas⁵⁰. Por tanto, se determinó para *¡Qué Bien!* el flujo de caja con los datos anteriores del estudio financiero.

Tabla 145: Flujo de caja proyectado

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos operacionales | \$ 214.340.647 | \$ 220.770.866 | \$ 227.393.992 | \$ 234.215.812 | \$ 241.242.287 |
| Recuperación de cartera | | \$ 4.250.381 | \$ 4.377.893 | \$ 4.509.229 | \$ 4.644.506 |
| Total de ingresos operacionales | \$ 214.340.647 | \$ 225.021.247 | \$ 231.771.885 | \$ 238.725.041 | \$ 245.886.793 |
| Pagos de costos | | | | | |
| Pago de materia prima | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Pago de mano de obra directa | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 |
| Pago costos indirectos fijos | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 |
| Depreciaciones | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 |
| Pago costos indirectos variables | \$ 748.800 | \$ 771.264 | \$ 794.402 | \$ 818.234 | \$ 842.781 |
| Total Pagos Costos Operacionales | \$ 107.841.314 | \$ 107.863.778 | \$ 107.886.916 | \$ 107.910.748 | \$ 107.935.295 |

⁵⁰ ECONOMIPEDIA. Flujo de caja [En línea]. Disponible en: <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>. Consultado el 02 de mayo de 2018.

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| FLUJO CAJA OPERACIONAL BRUTO | \$ 106.499.333 | \$ 117.157.469 | \$ 123.884.969 | \$ 130.814.293 | \$ 137.951.498 |
| Pagos de gastos | | | | | |
| Pago de gastos de administración | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 |
| Amortizaciones | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 |
| Depreciaciones | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 |
| Pago de gastos de ventas | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 |
| Pago de impuestos | \$ 0 | \$ 2.843.998 | \$ 5.446.608 | \$ 8.194.929 | \$ 11.105.423 |
| Total Pago De Gastos Operacionales | \$ 88.744.738 | \$ 91.588.736 | \$ 94.191.346 | \$ 96.939.667 | \$ 99.850.162 |
| FLUJO CAJA OPERACIONAL NETO | \$ 17.754.594 | \$ 25.568.733 | \$ 29.693.623 | \$ 33.874.626 | \$ 38.101.336 |
| Inversiones | | | | | |
| Inversión Fija | | | | | |
| Inversión Diferida | | | | | |
| Inversión en capital de trabajo | | | | | |
| Total De Inversiones | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| FLUJO DE CAJA LIBRE | \$ 17.754.594 | \$ 25.568.733 | \$ 29.693.623 | \$ 33.874.626 | \$ 38.101.336 |

| | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Financiación | | | | | |
| Aportes de los socios | | | | | |
| Crédito Financiero | | | | | |
| Otras Fuentes (Valor en libros de activos) | | | | | |
| Total Ingresos De Financiación | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Egresos de financiación | | | | | |
| Abonos a capital | \$ 7.706.522 | \$ 9.084.182 | \$ 10.708.122 | \$ 12.622.365 | \$ 14.878.809 |
| Pago de intereses | \$ 8.540.437 | \$ 7.162.776 | \$ 5.538.837 | \$ 3.624.594 | \$ 1.368.149 |
| Gravamen del 4 x 1.000 | \$ 874.364 | \$ 900.595 | \$ 927.613 | \$ 955.441 | \$ 984.105 |
| Pago de utilidades | | | | | |
| Total Egresos De Financiación | \$ 17.121.323 | \$ 17.147.554 | \$ 17.174.571 | \$ 17.202.400 | \$ 17.231.063 |
| FLUJO CAJA DE FINANCIACIÓN | -\$ 17.121.323 | -\$ 17.147.554 | -\$ 17.174.571 | -\$ 17.202.400 | -\$ 17.231.063 |
| FLUJO NETO DE CAJA | \$ 633.272 | \$ 8.421.180 | \$ 12.519.052 | \$ 16.672.226 | \$ 20.870.273 |
| Flujo de caja del período | \$ 633.272 | \$ 8.421.180 | \$ 12.519.052 | \$ 16.672.226 | \$ 20.870.273 |
| Saldo anterior de caja y bancos | \$ 50.874.894 | \$ 51.508.166 | \$ 59.929.346 | \$ 72.448.397 | \$ 89.120.624 |
| SALDO FINAL CAJA Y BANCOS | \$ 51.508.166 | \$ 59.929.346 | \$ 72.448.397 | \$ 89.120.624 | \$ 109.990.897 |

5.5.3 Balance general inicial y proyectado

El balance general para la empresa se obtuvo teniendo en cuenta todo el estudio financiero, el cual para la empresa se tiene la siguiente información:

Tabla 146: Balance general inicial

| Detalle | Saldo Inicial |
|-------------------------------|----------------------|
| Caja y Bancos | \$ 50.874.894 |
| Cartera (Cuentas por Cobrar) | |
| Total Activo Corriente | \$ 50.874.894 |
| Terrenos | \$ 0 |
| Construcciones | \$ 0 |
| Maquinaria y Equipo | \$ 13.850.000 |
| Muebles y Enseres | \$ 3.460.000 |
| Equipos de Oficina | \$ 3.375.000 |
| Herramientas | \$ 0 |
| Depreciación Acumulada | \$ 0 |
| Total Activo Fijo Neto | \$ 20.685.000 |
| Activos Diferidos | \$ 6.100.000 |
| Amortización Diferida | \$ 0 |
| Activo Diferido Neto | \$ 6.100.000 |
| TOTAL ACTIVOS | \$ 77.659.894 |
| Obligaciones Financieras | \$ 7.706.522 |
| Impuestos por pagar | |

| | |
|--|----------------------|
| Total Pasivo Corriente | \$ 7.706.522 |
| Obligaciones de Largo Plazo | \$ 47.293.478 |
| PASIVO TOTAL | \$ 55.000.000 |
| Aportes Sociales | \$ 22.659.894 |
| Utilidades Ejercicios Anteriores | |
| Utilidades del Presente Ejercicio | |
| Reservas (10% de las utilidades del ejercicio) | |
| PATRIMONIO TOTAL | \$ 22.659.894 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | \$ 77.659.894 |

Tabla 147: Balance general proyectado

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Caja y Bancos | \$ 51.508.166 | \$ 59.929.346 | \$ 72.448.397 | \$ 89.120.624 | \$ 109.990.897 |
| Cartera (Cuentas por Cobrar) | \$ 4.250.381 | \$ 4.377.893 | \$ 4.509.229 | \$ 4.644.506 | \$ 4.783.841 |
| Total Activo Corriente | \$ 55.758.547 | \$ 64.307.238 | \$ 76.957.627 | \$ 93.765.130 | \$ 114.774.738 |
| Terrenos | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Construcciones | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Maquinaria y Equipo | \$ 13.850.000 | \$ 13.850.000 | \$ 13.850.000 | \$ 13.850.000 | \$ 13.850.000 |
| Muebles y Enseres | \$ 3.460.000 | \$ 3.460.000 | \$ 3.460.000 | \$ 3.460.000 | \$ 3.460.000 |
| Equipos de Oficina | \$ 3.375.000 | \$ 3.375.000 | \$ 3.375.000 | \$ 3.375.000 | \$ 3.375.000 |
| Herramientas | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Depreciación Acumulada | -\$ 2.752.000 | -\$ 5.504.000 | -\$ 8.256.000 | -\$ 11.008.000 | -\$ 13.760.000 |
| Total Activo Fijo Neto | \$ 17.933.000 | \$ 15.181.000 | \$ 12.429.000 | \$ 9.677.000 | \$ 6.925.000 |
| Activos Diferidos | \$ 6.100.000 | \$ 6.100.000 | \$ 6.100.000 | \$ 6.100.000 | \$ 6.100.000 |
| Amortización Diferida | -\$ 1.220.000 | -\$ 2.440.000 | -\$ 3.660.000 | -\$ 4.880.000 | -\$ 6.100.000 |
| Activo Diferido Neto | \$ 4.880.000 | \$ 3.660.000 | \$ 2.440.000 | \$ 1.220.000 | \$ 0 |

| | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| TOTAL ACTIVOS | \$ 78.571.547 | \$ 83.148.238 | \$ 91.826.627 | \$ 104.662.130 | \$ 121.699.738 |
| Obligaciones Financieras | \$ 9.084.182 | \$ 10.708.122 | \$ 12.622.365 | \$ 14.878.809 | \$ 0 |
| Impuestos por pagar | \$ 2.843.998 | \$ 5.446.608 | \$ 8.194.929 | \$ 11.105.423 | \$ 14.197.207 |
| Total Pasivo Corriente | \$ 11.928.180 | \$ 16.154.729 | \$ 20.817.294 | \$ 25.984.232 | \$ 14.197.207 |
| Obligaciones de Largo Plazo | \$ 38.209.296 | \$ 27.501.174 | \$ 14.878.809 | \$ 0 | \$ 0 |
| PASIVO TOTAL | \$ 50.137.476 | \$ 43.655.903 | \$ 35.696.103 | \$ 25.984.232 | \$ 14.197.207 |
| Aportes Sociales | \$ 22.659.894 | \$ 22.659.894 | \$ 22.659.894 | \$ 22.659.894 | \$ 22.659.894 |
| Utilidades Ejercicios Anteriores | \$ 0 | \$ 5.196.759 | \$ 15.149.197 | \$ 30.123.566 | \$ 50.416.203 |
| Utilidades del Presente Ejercicio | \$ 5.196.759 | \$ 9.952.437 | \$ 14.974.370 | \$ 20.292.637 | \$ 25.942.170 |
| Reservas (10% de las utilidades) | \$ 577.418 | \$ 1.683.244 | \$ 3.347.063 | \$ 5.601.800 | \$ 8.484.264 |
| PATRIMONIO TOTAL | \$ 28.434.071 | \$ 39.492.335 | \$ 56.130.524 | \$ 78.677.898 | \$ 107.502.531 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | \$ 78.571.547 | \$ 83.148.238 | \$ 91.826.627 | \$ 104.662.130 | \$ 121.699.738 |

6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto emprendedor busca la optimización de los recursos y lograr la recuperación de la inversión en el menor tiempo posible, a su vez generar las utilidades que satisfagan las expectativas de los inversionistas. Sin embargo, la puesta en marcha también lleva implícita una cuota de responsabilidad social y ambiental.

En la evaluación del proyecto se encontrará el punto de equilibrio del proyecto, el Impacto Social o Responsabilidad Social Empresarial, el Impacto Ambiental y Financiero del proyecto. Se definirán las ganancias a generar, el aporte que hace al desarrollo regional, la generación de empleo; la preservación de los recursos renovables y no renovables, mediante el cumplimiento de las normas ambientales vigentes. Se determinará el VPN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión y el Análisis de las razones financieras básicas.

6.1 EVALUACION SOCIAL

Hoy más que nunca existe la urgente necesidad de operar empresas eficientes. La responsabilidad de ahorrar recursos y de utilizarlos racionalmente está vinculada a la producción y oferta de servicios efectivos, acordes a las expectativas de los complejos mercados y de una sociedad cada vez más racional, demandante de calidad en sentido amplio.

Esta situación ha provocado la necesidad de cambiar el paradigma decisional tradicional, de un enfoque de optimización de costos por uno de enfoque multicriterio que supere intereses exclusivamente particulares y de visión limitada, y abra

posibilidades reales de bienestar socialmente extendidos, conscientemente provocados.

Las empresas no pueden trabajar en forma aislada ya que forman parte de la comunidad que las acoge, y esta es afectada por sus acciones y decisiones, es necesario que la empresa trabaje por sus objetivos, su permanencia y desarrollo, considerando sus propios recursos y sus responsabilidades amplias para el mejoramiento de sí misma y de la sociedad, apoyando una sana competencia y mejor calidad de vida para todos.

La implementación de una empresa especializada en la prestación de servicios de mantenimiento ofrecerá los siguientes beneficios y molestias sociales a los habitantes del área metropolitana de Bucaramanga.

Incidencias positivas:

- Apoya al desarrollo y progreso del municipio de Bucaramanga y su área metropolitana, al mejorar la prestación de los servicios de mantenimiento, ofreciendo un servicio confiable y seguro con personal calificado, además de generar a futuro una red de trabajo para especialistas.
- Contribuye a la generación de empleo digno, en donde se establecerán salarios fijos para todos los cargos con sus respectivas prestaciones sociales (ARL, EPS, fondo de pensiones, cesantías, prima, etc.) por ende, se garantiza estabilidad laboral para los trabajadores.
- El personal contratado tiene la posibilidad de aumentar notoriamente, dada la proyección de incremento que se prevé para el desarrollo de los servicios en termino de corto plazo, contribuyendo así a la reducción del índice de desempleo.

- Por otro lado, el pago de los impuestos que se aplican en estos servicios ayudará a que el gobierno nacional, departamental y municipal, puedan desarrollar sus propios proyectos de inversión social.

Incidencia negativa:

- El mayor impacto social negativo en las tareas de mantenimiento sucede cuando se genera ruidos y olores que pueden ser molestos. Esto ocurre normalmente cuando se hacen actividades de pintura, demolición o taladrar. Una forma de minimizar estos impactos es utilizando químicos sin olor y realizar los trabajos en horarios donde haya menos personas cerca.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

La evaluación del impacto ambiental en la empresa es un procedimiento administrativo destinado a la identificación, descripción y evaluación de forma apropiada con la actual normativa de aplicación teniendo en cuenta los efectos directos e indirectos de la empresa sobre el medio ambiente.

Impacto al ser humano, la fauna y la flora.

La empresa al ser una prestadora de servicios no influirá en el daño de la flora y la fauna que presenta el área metropolitana de Bucaramanga, ya que su propósito empresarial es la prestación de mantenimiento, en tanto al ser humano la empresa busca es solucionar los problemas locativos y de equipos de los usuarios, en lo cual no se realizan acciones que perjudiquen o atenten con la salud de las personas.

Impacto al suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje.

La empresa genera un impacto ambiental negativo cuando se generan los residuos de las actividades realizadas, como; pinturas, escombros, piezas

dañadas, envases, entre otros. La forma de minimizar este impacto es realizando una correcta gestión y disposición de estos residuos. También se puede llevar a cabo un programa de buenas prácticas ambientales con la finalidad de ahorrar en el consumo de recursos como el agua y la luz.

Por otra parte, el aire se va a afectar en cantidades muy mínimas por el uso de vehículos, ya que, aunque están cumplen con los requisitos medio ambientales, esto no las exonera de la afectación mínima que realiza.

Impacto a los bienes materiales y el patrimonio cultural.

La empresa no generara deterioro del patrimonio o daño alguno, puesto que no realiza actividades que afecten a la cultura o los bienes materiales que posee el área metropolitana de Bucaramanga.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos

De igual manera a continuación se diseñó una matriz de los impactos ambientales generados por la empresa

Tabla 148: Matriz de impacto ambiental

| | Agua | Energía | Aire | Suelo |
|--------------------|--|---|---|---|
| Fuente | Recurso suministrado por la empresa de acueducto metropolitano de Bucaramanga | Es suministrada por la electrificadora de Santander por consumos básicos promedio por persona | Dado por el planeta | Dado por el planeta y administrado por el estado y guiado por el POT |
| Usos | Se usará para la limpieza de las instalaciones, en tanto para la parte productiva, se utilizará para la limpieza de la maquinaria y equipos, por otro lado, se usará para la adecuada limpieza en la atención del servicio | Se utilizará para la parte administrativa y productiva, en la iluminación de la instalación y en el uso de los equipos pertinentes de cada área | Para todos los trabajadores, y algunos equipos | Se utilizará para la instalación de las oficinas de la empresa |
| Resultado | Se obtendrá agua no potable | Consumo necesario de energía | Contaminación del aire por los residuos que se manejan y de la utilización de vehículos | Contaminación de la tierra, ya que la vuelve infértil por la construcción |
| Medidas de control | Se utilizará en el área administrativa y productiva baños ahorradores y productos biodegradables. | Se tendrá la utilización necesaria cuando sea necesario el uso de los equipos o del área | Extractores de olores en baños, cafetería y en las áreas de producción | Por cada metro cuadrado construido, se tendrá un porcentaje de zonas verdes |

6.2.2 Plan de mitigación

La empresa plantea el siguiente sistema como plan.

ANTES DEL PROCESO:

Correcta instalación de los servicios de agua y luz, como de la ubicación de las maquinarias, insumos, equipos de oficina, muebles y enseres que eviten accidentes o aumento de consumo.

DURANTE EL PROCESO:

- Al inicio del proceso se evaluará si hay claridad con los estándares que maneja la empresa en término del control ambiental.
- Creación de manuales de procesos y capacitaciones para el cuidado ambiental por parte de la empresa
- Auditoria permanente que permita establecer si los procesos se están cumpliendo.
- Mejoría Constante, esta etapa permite asegurar que la organización cumple sus obligaciones ambientales y protege el medio ambiente.

DESPUÉS DEL PROCESO: La práctica y buen uso de este sistema permite que la empresa logre:

- **Reputación:** como hay un conocimiento público de las normas, también puede significar una ventaja competitiva, creando más y mejores oportunidades comerciales.
- **Participación del personal:** se mejora la comunicación interna y puede encontrar un equipo más motivado a través de las sugerencias de mejora ambiental.

- **Mejora continua:** el proceso de evaluación asegura tener control para el funcionamiento medioambiental de la empresa.
- **Cumplimiento:** El Mejoramiento Ambiental demuestra que las organizaciones cumplen con una serie de requisitos legales. La empresa de enfermería domiciliaria tiene como principal reto propiciar una cultura ambiental responsable desde una doble perspectiva de educación ambiental y desarrollando actividades de mitigación del impacto, que minimice su incidencia sobre el medio ambiente producido por la presencia de material utilizado para su actividad.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto - VPN

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del proyecto con respecto a las variables económicas y financiera del mercado, con una tasa de interés de oportunidad (TIO) del mercado o tasa mínima atractiva de retorno, la cual es utilizada como tasa de descuento.

Con el fin de calcular técnicamente la tasa de descuento, se utilizará El WACC denominado en ocasiones en español Promedio Ponderado del Costo de Capital o Coste Medio Ponderado de Capital (CMPC). Se trata de la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos operativos para valuar una empresa utilizando el descuento de flujos de fondos.

Es de aclararse que como las proyecciones se están realizando a precios constantes esta tasa debe deflactarse para ajustarla a la situación presente.

Tabla 149: Tasa de Descuento

| | | |
|-------------------------------------|---------------|--------------|
| Tasa Libre de Riesgo | 6,12% | TES a 5 años |
| Prima de Riesgo Media | 3,50% | Anual |
| Ke | 9,83% | Anual |
| Tasa del Crédito | 18,00% | Anual |
| Beneficio Tributario | 33,00% | Anual |
| Kd | 12,06% | Anual |
| Costo promedio de capital | 11,41% | Anual |
| Tasa de Inflación | 3,93% | Para 2.020 |
| Tasa de Descuento Deflactada | 7,20% | Anual |

Se debe mencionar que se calculó un costo de oportunidad del 9,83%, ya que esta es la rentabilidad mínima esperada. Tomando en cuenta la tasa del TES de 6,12 (tomado el 19-marzo-2020) y el factor de riesgo manejado por nuestro país, el cual corresponde al 3,5%. De igual manera para el incremento en precios (inflación) se tomaron en cuenta la información dada por Corficolombiana, en su página web.

Una vez obtenida la tasa de descuento a utilizar se procede a aplicarla al flujo de caja libre con el fin de traer a presente (pesos del año cero) los flujos futuros generados por la operación de la empresa y deducir de éstos el valor de las salidas de efectivo al iniciar el proyecto.

Tabla 150: Flujo de caja libre

| Año | Saldo Inicial | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos operacionales | | \$ 214.340.647 | \$ 220.770.866 | \$ 227.393.992 | \$ 234.215.812 | \$ 241.242.287 |
| Recuperación de Cartera | | \$ 0 | \$ 4.250.381 | \$ 4.377.893 | \$ 4.509.229 | \$ 4.644.506 |
| Total Ingreso Operacional | | \$ 214.340.647 | \$ 225.021.247 | \$ 231.771.885 | \$ 238.725.041 | \$ 245.886.793 |
| Pagos de Costos | | | | | | |
| Pago de Materia Prima | | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Pago Mano de Obra Directa | | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 | \$ 101.750.854 |
| Pago Costos Indirectos Fijos | | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 | \$ 6.795.860 |
| Depreciaciones | | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 | -\$ 1.454.200 |
| Pago C. Indirectos Variables | | \$ 748.800 | \$ 771.264 | \$ 794.402 | \$ 818.234 | \$ 842.781 |
| Total Pagos de Costos Operacionales | | \$ 107.841.314 | \$ 107.863.778 | \$ 107.886.916 | \$ 107.910.748 | \$ 107.935.295 |
| FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO | | \$ 106.499.333 | \$ 117.157.469 | \$ 123.884.969 | \$ 130.814.293 | \$ 137.951.498 |

| Pagos de Gastos | | | | | | |
|---|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Pago Gastos Administración | | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 | \$ 73.167.181 |
| Amortizaciones | | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 | -\$ 1.220.000 |
| Depreciaciones | | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 | -\$ 1.297.800 |
| Pago de Gastos de Ventas | | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 | \$ 18.095.358 |
| Pago de Impuestos | | \$ 0 | \$ 2.843.998 | \$ 5.446.608 | \$ 8.194.929 | \$ 11.105.423 |
| Total Pago de Gastos Operacionales | | \$ 88.744.738 | \$ 91.588.736 | \$ 94.191.346 | \$ 96.939.667 | \$ 99.850.162 |

| | | | | | | |
|---------------------------------------|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO | | \$ 17.754.594 | \$ 25.568.733 | \$ 29.693.623 | \$ 33.874.626 | \$ 38.101.336 |
|---------------------------------------|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|

| Inversiones | | | | | | |
|------------------------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Inversión Fija | \$ 20.685.000 | | | | | |
| Inversión Diferida | \$ 6.100.000 | | | | | |
| Inversión Capital de Trabajo | \$ 50.874.894 | | | | | |
| Total de Inversiones | \$ 77.659.894 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |

| | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| FLUJO DE CAJA LIBRE | -\$ 77.659.894 | \$ 17.754.594 | \$ 25.568.733 | \$ 29.693.623 | \$ 33.874.626 | \$ 38.101.336 |
|----------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|

Tabla 151: Valor presente neto

| Año | Flujo esperado | Tasa de descuento | Factor de descuento | Valor actual |
|-----------------------------|----------------|-------------------|---------------------|----------------------|
| Año 0 | -\$ 77.659.894 | 7,20% | 1,000000 | -\$ 77.659.894 |
| Año 1 | \$ 17.754.594 | 7,20% | 0,932856 | \$ 16.562.480 |
| Año 2 | \$ 25.568.733 | 7,20% | 0,870220 | \$ 22.250.432 |
| Año 3 | \$ 29.693.623 | 7,20% | 0,811790 | \$ 24.104.995 |
| Año 4 | \$ 33.874.626 | 7,20% | 0,757283 | \$ 25.652.694 |
| Año 5 | \$ 38.101.336 | 7,20% | 0,706436 | \$ 26.916.172 |
| Valor presente anual | | | | \$ 37.826.879 |

Como el valor presente neto arrojado en el cuadro es **positivo** y por valor de **\$37.826.879**, se deduce que el proyecto se **acepta**

6.3.2 Tasa Interna de Retorno.

Este valor es la tasa de descuento que hace que la VPN se igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada a inversión inicial. Aplicando la fórmula, se obtiene que la TIR del proyecto usando la herramienta Excel es 50,78% anual, tal como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 152: Tasa Interna de Retorno – TIR

| | |
|--------------|----------------|
| Año 0 | -\$ 77.659.894 |
| Año 1 | \$ 17.754.594 |
| Año 2 | \$ 25.568.733 |
| año 3 | \$ 29.693.623 |
| Año 4 | \$ 33.874.626 |
| Año 5 | \$ 38.101.336 |
| TIR | 21,90% |

La tasa de **21,90%** comparada con la tasa de mercado financiero y las variables económicas es **superior**, por lo tanto, se concluye que el proyecto desde el punto de económico es **viable**.

6.3.3 Periodo de recuperación.

Siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto se den, el monto de \$ 77.659.894 se recuperará antes de terminar el primer año de funcionamiento.

6.3.4 Análisis de las razones financieras

- **Razón corriente**

$$Razón\ Corriente = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

Tabla 153: Razón corriente

| Año | Año | Año | Año | Año |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2.020 | 2.021 | 2.022 | 2.023 | 2.024 |
| 4,67 | 3,98 | 3,70 | 3,61 | 8,08 |

Este dato muestra que, para el primer año por cada peso que la empresa debe tendrá \$4,67 para pagar o respaldar la deuda a corto plazo. Esto indica que la empresa tendrá solvencia y capacidad de pago sin comprometer los activos fijos. Adicionalmente el valor va mejorando con los años, lo cual genera más confianza a las entidades bancarias y facilita la adquisición de nuevos créditos.

- **Capital de trabajo**

$$Capital\ de\ Trabajo = Activo\ Corriente - Pasivo\ Corriente$$

Tabla 154: Capital de trabajo

| Año 2.020 | Año 2.021 | Año 2.022 | Año 2.023 | Año 2.024 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| \$ 43.830.367 | \$ 48.152.509 | \$ 56.140.333 | \$ 67.780.898 | \$ 100.577.531 |

Este indicador muestra que la empresa en el primer año cuenta con \$ 43.830.367 disponibles para operar, después de haber pagado todos los pasivos a corto plazo. Debido a que el indicador es muy favorable y la empresa no necesita tanto dinero para trabajar, a partir del segundo año se podrían realizar nuevas inversiones en equipos o infraestructura.

- **Nivel de endeudamiento**

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total de Activos}} * 100\%$$

Tabla 155: Nivel de endeudamiento

| Año 2.020 | Año 2.021 | Año 2.022 | Año 2.023 | Año 2.024 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 63,81% | 52,50% | 38,87% | 24,83% | 11,67% |

Este indicador muestra que, para el primer año por cada \$100 que la empresa tiene en activos, debe a terceros \$63,81 (préstamo en la entidad financiera). Los resultados también revelan que el nivel de endeudamiento disminuirá considerablemente con el tiempo, logrando que en el quinto año la participación de los acreedores sobre los activos tan solo sea del 11,67%. Debido a los buenos resultados en la proyección del indicador, a partir del tercer año la empresa podría financiarse nuevamente para la compra de nuevos activos.

- **Rotación de activos.**

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ingresos por venta}}{\text{Total Activos}}$$

Tabla 156: Rotación de activos

| Año | Año | Año | Año | Año |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2.020 | 2.021 | 2.022 | 2.023 | 2.024 |
| 2,78 | 2,71 | 2,53 | 2,28 | 2,02 |

Este indicador muestra que, en el primer año por cada peso invertido en la empresa se obtendrá \$2,78 de ingresos. Esto es un factor importante para los socios que deseen invertir en el proyecto.

Con respecto a la proyección, se observa una disminución en el valor del indicador. No obstante, al analizar otros indicadores y el balance general se puede constatar que se debe a la acumulación de las utilidades de los años anteriores (mayor aumento de los activos). Por lo tanto, se puede concluir que la empresa con el tiempo tendrá la capacidad de repartir utilidades a sus socios o pagar deuda anticipadamente.

- **Margen bruto de ganancia**

$$\text{Margen Bruto de Ganancia} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos Totales}} * 100\%$$

Tabla 157: Margen bruto de ganancia

| Año | Año | Año | Año | Año |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2.020 | 2.021 | 2.022 | 2.023 | 2.024 |
| 50,00% | 51,45% | 52,85% | 54,21% | 55,54% |

Este indicador muestra que, para el primer año por cada \$100 en venta de servicios (ingresos) la empresa obtendrá \$50 de utilidad bruta, los otros \$50 corresponden a los costos de prestación del servicio. El crecimiento del indicador en los años posteriores está relacionado al aumento de la capacidad utilizada; logrando mayores ventas sin aumentar el costo (mano de obra directa)

- **Margen Neto de Utilidad**

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Tabla 158: Margen neto de utilidad

| Año | Año | Año | Año | Año |
|-------|-------|-------|-------|--------|
| 2.020 | 2.021 | 2.022 | 2.023 | 2.024 |
| 2,64% | 4,91% | 7,17% | 9,44% | 11,72% |

Este indicador muestra que, para el primer año por cada \$100 en venta de servicios (ingresos) la empresa obtendrá \$2,64 de utilidad neta. Esto refleja la capacidad del proyecto para convertir los ingresos que recibe en beneficios. Adicionalmente la proyección muestra el crecimiento del indicador, debido al incremento de las ventas (ingresos) y reducción de los gastos financieros por la disminución anual de la deuda con el banco.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permitirá determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas.

En primer lugar, se procede a calcular los costos y gastos totales.

Tabla 159: Total de Costos y gastos

| Detalle | Valor |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Costos | \$ 109.295.514 |
| Gastos de administración y ventas | \$ 91.262.538 |
| Gastos no operacionales | \$ 9.414.801 |
| Total | \$ 209.972.853 |

Debido a que la empresa maneja varios servicios, el punto de equilibrio se calculará por medio de la técnica de multi - producto. En donde las principales formulas utilizadas son;

Contribución marginal ponderada

$$= \text{Precio de venta unitario} * \text{Tasa de participación en ventas}$$

$$\text{Punto de equilibrio general} = \frac{\text{Total costos y gastos}}{\text{Total Contribución marginal ponderada}}$$

Punto de equilibrio por servicio

$$= \text{Punto de equilibrio general} * \text{Tasa de participación en V.}$$

Tabla 160: Servicios requeridos para alcanzar el punto de equilibrio.

| Tipo de servicio | Ventas (Cant. Servicios) | Tasa de participación en ventas | Precio de venta | Contribución marginal ponderada | Punto de equilibrio | |
|----------------------|-----------------------------|------------------------------------|--------------------|---------------------------------------|---------------------|--------------|
| | | | | | General | Por servicio |
| Eléctrico | 303 | 30% | \$ 153.614 | \$ 45.329 | 987 | 291 |
| Construcción | 253 | 25% | \$ 306.639 | \$ 75.403 | | 243 |
| Plomería. | 220 | 21% | \$ 121.297 | \$ 26.031 | | 212 |
| Carpintería metálica | 136 | 13% | \$ 245.692 | \$ 32.588 | | 131 |
| Carpintería. | 115 | 11% | \$ 299.308 | \$ 33.455 | | 110 |
| Total | 1027 | 100% | | \$ 212.806 | | 987 |

Los resultados muestran que anualmente para alcanzar el punto de equilibrio (no generar pérdidas) se deben realizar al menos 987 servicios al año.

7 CONCLUSIONES

El presente estudio, permitió demostrar la factibilidad de crear una empresa dedicada a prestar servicios de mantenimiento locativo enfocada en los hogares de la ciudad de Bucaramanga. El estudio se enmarco en un paso a paso que demuestra de manera lógica y ordenada los principales aspectos para tener en cuenta para iniciar y proyectar el modelo de negocio, por consiguiente, se expondrán los principales resultados y conclusiones de la investigación.

En el estudio de mercados se definió los servicios ofrecidos (construcción, electricidad, plomería, carpintería metálica y de madera) y el mercado objetivo (hogares de estratos 4,5,6 de la ciudad). También se pudo evidenciar que existe una demanda insatisfecha del 55% en el mercado objetivo, en vista de que la oferta actual no está cumpliendo con las expectativas de los clientes. Tomando en cuenta que hay un 81% de interés por contratar con la nueva empresa se tendrá una demanda efectiva de \$ 23.416'629.936 al año.

En el mismo estudio se analizaron los canales de comercialización, definiendo la venta y ejecución de los servicios se harán por el canal directo corto, debido a las ventajas de comunicación, tiempos de respuesta y control de calidad. En el análisis de precios de la competencia se fijó la estrategia de precios, de acuerdo con su estructura de costos, gastos y los precios de la competencia. En las estrategias de publicitarias, se plantearon los objetivos, el diseño el logotipo y slogan representativo de la empresa y se escogió como medio de promoción los canales digitales (redes sociales y paginad de internet) debido al gran alcance que tienen, su bajo costo con respecto a otros medios y permitir la interacción con el cliente. Las estrategias de publicidad de lanzamiento y operación diseñadas tienen un valor de \$ 3.800.000 y \$ 4.400.000, respectivamente.

En el estudio técnico, se logró establecer que la capacidad total diseñada es de 3.424 servicios/año, siendo la capacidad instalada de 2.054 servicios/año, mientras que la capacidad utilizada se calculó en 1.027 servicios/año. Se definió que barrio la Aurora es un sitio estratégico para la ubicación de las instalaciones de la empresa por la cercanía a los posibles clientes, locaciones cómodas que permiten desarrollar las operaciones sin contratiempos y con fácil acceso, que permite agilidad en el cubrimiento de servicios de manera oportuna. En relación con la ingeniería del proyecto; se realizó la descripción del proceso general de prestación del servicio, distribución de planta, los parámetros básicos del control de la calidad y la atención al cliente. De igual manera se identificaron las necesidades de recursos físicos, humanos y de insumos para la operación

En el estudio administrativo se definió la forma de constitución de la empresa, teniendo en cuenta el cumplimiento de los requisitos legales actuales. Se estableció la visión, misión, objetivos, políticas de personal, compras y ventas. Se diseñó la estructura organizacional, incluyendo en el organigrama los cargos de Gerente, secretaria, vendedor y cinco especialistas en mantenimiento, con la respectiva descripción, perfil requerido y remuneración para cada cargo.

Se evaluó el impacto que tiene la creación de la empresa en la ciudad de Bucaramanga y se definió el plan que mitigue los aspectos negativos sobre el medio ambiente. De igual forma se definieron políticas empresariales teniendo en cuenta la responsabilidad social empresarial, las cuales se implementarán desde su apertura.

En el estudio económico-financiero se concluyó que el monto de inversión total del proyecto es de \$ 77.659.894, de lo cual corresponde un 26,64% a inversión fija más imprevistos; 7,85% a inversión diferida y 65,51% a capital de trabajo. La proyección de los estados financieros mostró que la situación financiera del proyecto, al menos a lo que contablemente se refiere, será estable durante el periodo de planeación (5

años), en virtud de que los ingresos pronosticados solventarán los costos y gastos involucrados. Logrando un VPN de \$ 37.826.879, una TIR de 21,9% y un periodo de recuperación de la inversión menor a un año.

En general la evaluación económica del proyecto dio resultados positivos, teniendo rentabilidad y generando ganancias a partir del primer año, lo que hace viable el proyecto. Además, se estimó que el proyecto generará flujos de efectivo positivos una vez deducido los montos correspondientes al pago de depreciación y amortización de los activos de la empresa, lo que significa que habrá disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir los costos y gastos que realice la empresa durante el periodo de planeación considerado.

La investigación expuesta en el documento muestra que el mantenimiento locativo es un servicio potencial para incursionar en el mercado local, asegurando un mercado en crecimiento.

8 RECOMENDACIONES

En línea con las conclusiones del estudio y la viabilidad estimada del proyecto de creación de una empresa de servicios de mantenimiento locativo para hogares en la ciudad de Bucaramanga, se presentan las siguientes recomendaciones, tendientes a facilitar la puesta en marcha y cumplimiento de los objetivos de la empresa:

- Con la realización del estudio se logró estimar la demanda y las más importantes características del mercado objetivo, se recomienda que se continúe realizando mediciones de la demanda y monitorear el comportamiento del mercado objetivo para lograr realizar ajustes a las estrategias, las políticas y demás actividades para asegurar la continuidad del negocio
- Inicialmente, se propone ofrecer los servicios de construcción, plomería, electricidad, carpintería metálica y de madera. Sin embargo, posteriormente, con base en el comportamiento de la demanda y de la oferta de servicios de mantenimiento y reparaciones locativas en Bucaramanga, se puede ampliar o reducir dicho portafolio, haciendo una integración hacia adelante o hacia atrás.
- Teniendo en cuenta que la satisfacción del cliente está directamente relacionada con la calidad y el precio del servicio, es vital que se evalúe periódicamente el desempeño de los trabajadores; así como, la prestación de servicios del proveedor, no solo para llevar un seguimiento y control, sino también para el proceso de mejoramiento continuo de la empresa
- Mantener un excelente servicio en todo momento, con la mayor calidad y excelente comunicación con los usuarios, recordando siempre que el cliente es el factor más importante para que la empresa garantice su permanencia en el mercado.

- Realizar capacitaciones constantemente, tanto en el área administrativa como operativa, buscando de esta manera ser más competitiva y eficiente.
- Se deben tener muy claros los objetivos a la hora de buscar anuncios publicitarios. Ya que implica un alto costo y de ello depende la imagen, el reconocimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Desafortunadamente no se puede asegurar con certeza que se van a alcanzar los objetivos en ventas desde el primer mes, esto puede llegar a influenciar en el tiempo de recuperación y el punto de equilibrio calculado. Por esa razón se debe actualizar periódicamente el análisis financiero.
- Crear y mantener alianzas estratégicas con empresas afines o entidades potencialmente claves, así en conjunto se obtendrán grandes beneficios, como compartir el conocimiento y crecimiento del sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Acueducto Metropolitano de Bucaramanga - AMB. Informe de Sustentabilidad. [En línea] Consultado el 20 de junio de 2019. Disponible en: <http://www.amb.com.co/Indicadores/Archivos/1COMUNICADO.pdf>
- AMAYA A Claudia M. GESTION DE LA SALUD PUBLICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE [en línea]. Consultado el 2 de abril de 2019. Recuperado en: http://www.concejodebucaramanga.gov.co/descargas/RESPUESTAS_2_PROP OSICION0000027_%202013.pdf
- ANDERSON, David R.; SWEENEY, Dennis J. y WILLIAMS, Thomas A. Estadística para administración y economía. Décima edición. Editorial CENGAGE learning. México D.F. 2008. Pp 1056
- BASTILLAS DUEÑAS, María, LÓPEZ PAREDES, Luz. Factibilidad para la creación de una empresa de mantenimiento y reparación locativa para los hogares de estratos 3, 4, 5 y 6 de Bucaramanga. Trabajo de grado para título de profesional en gestión empresarial. Universidad Industrial de Santander.
- CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA (2017). Bases de la agenda regional para el sector de servicios. Pág. 11
- CHICA PEÑA, Sandra Milena. Creación de una empresa de prestación de servicios de apoyo para el hogar en la ciudad de Bogotá. Proyecto de grado para optar al título de ingeniera industrial. Universidad Pontificia Javeriana.
- Colombia Travel. Bucaramanga [En línea]- Consultado el 20 de junio de 2019. Disponible en: <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/andina/bucaramanga>

- Corporación Metropolitana de Planeación y Desarrollo de Bucaramanga. AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA [en línea]. Consultado el 2 de abril de 2019. Recuperado en: http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eb_estad%C3%A1sticas%20bucaramanga_santander_2003.pdf
- CUBIDES, Jhon, HERRERA, Carlos. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de mantenimientos locativos cuhe Ltda. en la ciudad de Bogotá D.C localidad Antonio Nariño barrio ciudad Berna. Proyecto de grado para optar al título de administrador de empresas. Universidad de la Salle.
- DANE. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2005-2020. Bogotá. 2014. Pág. 162
- DANE. Nacimiento 2016. [En línea]. Consultado el 15 de junio de 2019. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/nacimientos-y-defunciones/nacimientos/nacimientos-2016>
- DIAZ R., Erika D. aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por partes de los niños y niñas de Colombia [En línea]. Consultado el 10 de abril de 2019. Disponible en: http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Documents/ANEXO%205_Informe%20Bucaramanga%20Fase%202014.pdf
- DOMINGUEZ F. Felipe. Método inductivo y deductivo [En línea]. Consultado el 15 de agosto de 2019. Disponible en: <https://es.slideshare.net/LuisBali/deductivo-e-inductivo>

- Eleconomista.es. Guía para realizar un estudio de mercado EN: infoautónomos [En línea]. consultado el 13 de agosto de 2019. Disponible en: <https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
- FEDERICO "Estudio Financiero" [en línea]. Consultado el 14 de agosto de 2019. Disponible en: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. TIPOLOGÍA VEHICULAR [en línea]. Consultado el 2 de abril de 2019. Recuperado en: <http://idsn.gov.co/site/images/emergencias/ntc37294revision.pdf>
- LICONA, C. Winston. Vélez B. Ángel. (2009) Lecturas críticas y alternativas de realidad empresarial. Editorial Universidad del Rosario.
- MÁQUEZ, Ali Said. La buena hora de la economía de Bucaramanga. EL TIEMPO [en línea] Consultado el 2 de abril de 2019. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13733918>
- MARTINEZ L., Jessica. Estudio administrativo y legal. [En línea]. Consultado el 14 de agosto de 2019. Disponible en: <https://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>
- PLATA VÁSQUEZ, Adriana. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de mantenimiento de bienes inmuebles. Monografía para obtener el título en especialista en gerencia e interventoría de obras civiles. Universidad Pontificia Javeriana.

- POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Bucaramanga. [En línea]- Consultado el 13 de octubre de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/bucaramanga/>
- POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Floridablanca. [En línea]- Consultado el 13 de octubre de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/floridablanca/>
- POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Girón. [En línea]- Consultado el 13 de octubre de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/girón/>
- POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Piedecuesta. [En línea]- Consultado el 13 de octubre de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/piedecuesta/>
- Programa de transformación productiva (PTP). KPO, BPO e ITO. [En línea]- Consultado el 7 de diciembre de 2019. Disponible en: <https://www.ptp.com.co/ptp-sectores/servicios/bpo-kpo-ito>
- Revista Dinero. Así va el negocio de la tercerización de servicios en Colombia. [En línea]- Consultado el 7 de diciembre de 2019. Disponible en: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/tercerizacion-de-servicios-en-colombia-2017/246830>
- Revista Dinero. La tercerización de servicios ayuda a enfocarse en el negocio. [En línea]- Consultado el 7 de diciembre de 2019 <https://www.dinero.com/especiales-comerciales/outsourcing/articulo/la-tercerizacion-servicios-ayuda-enfocarse-negocio/199069>

- Revista Dinero. ¿Por qué fracasan los negocios en Colombia? [En línea]- Consultado el 7 de diciembre de 2019 <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/por-que-fracasan-los-negocios-en-colombia-por-juliana-sanchez-trujillo/225132>
- ROSALES. El estudio técnico [En línea]. Consultado el 13 de agosto de 2019. Disponible en: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- ROBLES, Francia. Método inductivo y deductivo [En línea]. Consultado el 15 de agosto de 2019. Disponible en: <https://www.lifeder.com/metodo-inductivo-deductivo/>
- SECRETARIA GENERAL DE LA ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS. Evaluación del impacto ambiental, económico y social [en línea]. Consultado el 14 de agosto de 2019. Disponible en: <https://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea49s/ch29.htm>
- TORRES, Claudia Eugenia. Perspectivas para el estudio de la realidad y la perdurabilidad de las organizaciones. Universidad del Rosario. [En línea]. Consultado el 18 de agosto del 2019, en http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c4/c485122a-a13c-4c74-9a48-54265c30dffc.pdf
- UNIVERSIA COSTA RICA. Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. [En línea]. Consultado el 12 de abril de 2019. Disponible en: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

- Universidad de las Américas Puebla (2007) en tesis digitales Autor: Camacho. Capítulo 2: Conceptos de proyectos de inversión. Capítulo 3: Estudio de Mercados.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lat/camacho_o_g/capitulo3.pdf
- Universidad Politécnica de Madrid. Descripción de la competencia [En línea]. Consultado el 15 de agosto de 2019. Disponible en: <https://innovacioneducativa.upm.es/competencias-genericas/formacionyevaluacion/analisis Sintesis>
- YUNI, José A. Urbano, Claudio A. (2006). Técnicas para Investigar. Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación.

ANEXO

ANEXO A. ENCUESTA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTIÓN EMPRESARIAL
ENCUESTA

Objetivo: Conocer su opinión respecto a la creación de una empresa de servicios de mantenimiento locativo para hogares en la ciudad de Bucaramanga.

Por favor diligenciar esta encuesta de la manera más objetiva posible, informando de antemano que los datos en ella registrados son de estricta confidencialidad, siendo el encuestador el absoluto responsable de la aplicación de esta encuesta y su trascendencia en su trabajo de grado para obtener el título de Profesional en Gestión Empresarial.

Datos del encuestado: Edad: _____ Estrato: _____

1. ¿Actualmente usted contrata una empresa externa para realizar Mantenimiento y reparaciones locativas a su hogar (plomaría, pintura, electricidad, carpintería, construcción, vidriería, entre otros)?
 - Si
 - No

2. ¿Cuándo usted requiere una reparación locativa, a través de que medio accede a un proveedor que atienda estas necesidades?
 - Directorio telefónico
 - Radio, televisión o prensa
 - Internet

- Referidos por algún familiar o conocido
 - Otro, ¿Cuál? _____
3. ¿Cuál es el aspecto más importante para escoger el proveedor de servicios de mantenimiento y reparaciones locativas?
- Trayectoria (experiencia)
 - Cumplimiento
 - Calidad
 - Costo
 - Garantía
4. ¿Cuál de los siguientes servicios requiere con mayor frecuencia?
- Servicios de construcción (albañilería)
 - Servicios de carpintería.
 - Servicios de ornamentación.
 - Servicios de Cerrajería.
 - Servicio de Plomería.
 - Servicios eléctricos.
5. ¿Cada cuánto usted requiere de alguno de los servicios mencionados anteriormente?
- Una vez al año
 - Dos veces al año
 - Tres veces al año
 - Más de tres veces al año
6. ¿Cuándo usted solicita un servicio de mantenimiento en cuánto tiempo lo atienden?
- El mismo día
 - Uno a dos días

- Más de dos días
7. Cuando requiere alguno de los servicios anteriormente mencionados ¿Cuánto debe cancelar por la visita y revisión de la falla o adecuación?
- Nada
 - Menos de \$30.000
 - Entre \$30.000 y \$50.000
 - Más de \$50.000
8. ¿Qué forma de pago prefiere para cancelar el costo del servicio?
- Contado
 - Crédito con la empresa.
 - Tarjeta de crédito o debito
 - Internet (PSE)
9. Adicional a los nombrados ¿Qué otro tipo de servicio le gustaría recibir?
- Reparación de electrodomésticos
 - Diseño de planos arquitectónicos
 - Diseño de interiores
 - Construcción de edificaciones
 - Consultoría de ingeniería
 - Otro, ¿Cuál? _____
10. ¿En general cómo calificaría los servicios de mantenimiento locativo que ha contratado?
- Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo

11. ¿Le interesaría contratar los servicios de mantenimiento y reparaciones locativas con una nueva empresa que le brinde integralmente todos los servicios mencionados anteriormente?

- Si
- No

12. ¿Cómo preferiría contactarse con la empresa para obtener información o solicitar un servicio?

- Vía telefónica
- WhatsApp
- Redes sociales
- Página Web
- Por medio de una App

ANEXO B. Contrato de prestación de servicios

**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y
REPARACIÓN PARA EL HOGAR**

Entre los suscritos a saber; **¡QUÉ BIEN!**, constituida mediante Registro Mercantil No. _____, con Nit. _____, con domicilio principal en Bucaramanga, que para los efectos fines del presente contrato se llamará el CONTRATISTA y _____ con Cedula de ciudadanía N.º _____, quien para los fines del presente contrato se denominará el CONTRATANTE, hemos acordado celebrar el siguiente contrato de conformidad con una Obra Material de las definidas en el Inciso Primero del Artículo 2053 del Código Civil y que estipulamos en las siguientes cláusulas:

CLAUSULA PRIMERA: el CONTRATISTA se compromete con el CONTRATANTE a ejecutar trabajo en la siguiente dirección: _____
Consiste en: _____

CLAUSULA SEGUNDA: para dar cumplimiento a la Cláusula Primera, las partes hemos acordado un precio igual a: _____

Que el CONTRATANTE pagará al CONTRATISTA de la siguiente manera:

CLAUSULA TERCERA: el presente contrato comprende no sólo de la mano de obra, sino también de los materiales que sean necesarios utilizar para los acabados de esta, los cuales serán de buena calidad, todo a cargo del CONTRATISTA y por el precio pactado.

CLAUSULA CUARTA: habrá lugar a la reclamación de perjuicios en concordancia de los previsto en el Artículo 2053 del Código Civil. Si el CONTRATANTE alegare no haberse ejecutado la obra debidamente, se nombrará por las dos (2) partes peritos que decidan (Artículo 2059 del Código Civil).

CLAUSULA QUINTA: la iniciación de la obra material del presente contrato se hará entre mutuo acuerdo de las partes.

Para constancia se firma este contrato en Bucaramanga, _____

¡QUÉ BIEN!

CONTRATANTE

C.C. _____ de _____
Bucaramanga, - Colombia

C.C. _____ de _____
Bucaramanga, - Colombia

ANEXO B. Contrato laboral

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Entre los suscritos a saber: 1.-) **¡QUÉ BIEN!**, constituida mediante Registro Mercantil No. _____, con Nit. _____, con domicilio principal en Bucaramanga, representada en este acto por _____, mayor de edad, de nacionalidad colombiana, identificada con cédula de ciudadanía No. _____ de Bucaramanga, domiciliada en Bucaramanga, en su condición de Representante Legal, debidamente facultada para la celebración del presente Contrato quien en adelante y para todos los efectos del presente contrato se denominará **¡QUÉ BIEN!** y 2.-) _____, mayor de edad, domiciliado(a) en la ciudad de Bucaramanga, identificado(a) con la cédula de ciudadanía número _____ de _____ en su condición de técnico (), propietario (), representante (), o prestador independiente () del servicio de _____, registrada ante la cámara de comercio con el registro No. _____, que en adelante se denominará **“OPERADOR”**; Hemos acordado celebrar el presente contrato de prestación de servicios de Mantenimiento y reparación para el hogar en _____ que se regirá por las siguientes estipulaciones:

PRIMERA – Objeto: PRESTAR EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN PARA EL HOGAR EN _____ INDEPENDIENTE POR PARTE DEL OPERADOR POR SU CUENTA Y RIESGO EXCLUSIVO, A LA RAZÓN SOCIAL DENOMINADA **¡QUÉ BIEN!**. **SEGUNDO – OBLIGACIONES:** EL **OPERADOR** tendrá a favor de la empresa **¡QUÉ BIEN!** las siguientes: a) Prestar el servicio de mantenimiento y reparación para el hogar en _____, en el Área Metropolitana de Bucaramanga, bajo las condiciones generales que se tienen a la vista y que las partes de este contrato conocen. **¡QUÉ BIEN!** decide la contratación de la prestación de estos servicios, sujeto a las mencionadas condiciones generales que se entienden como parte implícita del presente y a las que siguen. b) Ajustar la prestación del servicio de mantenimiento y reparación para el hogar en _____, a los tiempos determinados por **¡QUÉ BIEN!**, para la ejecución de los servicios. c) Garantizar en la prestación del servicio el buen servicio de la labor que sean confiadas a su cargo. Así mismo en las mismas calidades y cantidades que sean encomendadas, por los clientes de **¡QUÉ BIEN!**, para los diferentes servicios. d) Informar oportunamente y con la debida antelación, a la prestación del servicio, a la persona determinada por **¡QUÉ BIEN!**, sobre cualquier anomalía y/o inconsistencia relacionadas con el volumen, peso, embalaje, calidad, cantidad de la herramientas o insumos a trasladar, con el fin que la persona encargada por **¡QUÉ BIEN!** determine la viabilidad o no de la prestación del servicio. e) Manifestar su intención

de la cesación de la prestación del servicio, con una antelación no menor de treinta (30) días hábiles, a la persona determinada por **¡QUÉ BIEN!**, para estos menesteres. f) Hacer diligenciar el formato entregado por **¡QUÉ BIEN!** como orden de servicio, y entregarle la copia al cliente. G) Ser honesto en la prestación de los servicios susceptibles de corrupción por su naturaleza. H) Notificar a **¡QUÉ BIEN!**, en el caso de servicios riesgosos que por su misma naturaleza generen peligro. I) Es obligación del **OPERADOR** manifestar a **¡QUÉ BIEN!**, el momento de llegada y el momento de la entrega, del servicio realizado, para que **¡QUÉ BIEN!** realice el control de los tiempos de los servicios. En caso de que, en la prestación del servicio inicial, se genere un nuevo servicio, se deberá informar a **¡QUÉ BIEN!** del mismo para darle un nuevo lapso para la prestación del mismo y dejar registro en el sistema de **¡QUÉ BIEN!** J) Responsabilizarse de las pérdidas totales o parciales, averías y/o retardos desde el momento que empieza la prestación del servicio hasta la entrega satisfactoria al cliente de este. K) En caso de que el cliente de **¡QUÉ BIEN!** no cancele el valor total por el servicio prestado, el **OPERADOR** deberá comunicarse con la oficina principal de **¡QUÉ BIEN!** con la mercancía a fin de recibir las instrucciones del caso. L) El **OPERADOR** deberá cumplir con todas las reglas y reglamentaciones ordenadas por **¡QUÉ BIEN!**, para el buen desarrollo de la Actividad Comercial y por ende, serán de responsabilidad del **OPERADOR** todos los daños o perjuicios que se ocasionen y deriven del incumplimiento en la observancia de las reglas y reglamentaciones señaladas por **¡QUÉ BIEN!** M) Se prohíbe al **OPERADOR** ofrecer sus servicios de manera independiente o personal a los clientes afiliados a **¡QUÉ BIEN!**, sustraer de las instalaciones del cliente elementos, insumos, materiales, etc. sin permiso del cliente; presentarse ante el cliente en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o drogas enervantes; conservar armas de cualquier clase en el domicilio del cliente; faltar a la prestación del servicio sin justa causa de impedimento. **TERCERA. -:** **OBLIGACIONES DE ¡QUÉ BIEN!:** Son sus obligaciones: 1.- Prestar la colaboración necesaria al **OPERADOR**, para el cumplimiento de sus obligaciones, recibir los servicios en los horarios establecidos para este fin. 2.- Cumplir con las actividades planificadas y los compromisos que formalmente se establecen y resultan durante el proceso de la prestación del servicio. 3.- Desarrollar procesos de capacitación e integración. 4.- Pagar la póliza de cumplimiento del presente contrato. 5.- Hacer las auditorias y controles reguladas por el manual de calidad de **¡QUÉ BIEN!** 6.- Liquidar y recibir el pago del servicio de intermediación producto del servicio distintivo de **¡QUÉ BIEN!**, y el Good Will de la Empresa, en la forma determinada en la cláusula cuarta. **CUARTA. -:** **VALOR.** El valor de los servicios ofrecidos objeto del presente contrato corresponde al pago del **OPERADOR** a **¡QUÉ BIEN!** como se especifica a continuación: el ____% del valor de cada servicio será para el **OPERADOR** y el ____% restante será de propiedad de **¡QUÉ BIEN!** como contraprestación, de las obligaciones impuestas a **¡QUÉ BIEN!** referenciadas en la cláusula TERCERA, numeral tercero (3), los cuales se liquidarán diariamente. **PARÁGRAFO:** El **OPERADOR** deberá presentar mensualmente, constancia de haber pagado su seguridad social (EPS, Pensión y ARP), lo que en allegar a las oficinas de **¡QUÉ BIEN!**, copia del recibo del pago correspondiente. El no

cumplimiento de lo anterior le acarreará la suspensión temporal del contrato hasta tanto no sea entregado dicho documento. **QUINTA. -: PLAZO DE EJECUCIÓN Y VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO.** El plazo de ejecución del presente contrato será de _____ (__) meses contados a partir de la fecha de inicio. El presente contrato podrá ser prorrogado automáticamente, si las partes así lo acuerdan, con una antelación de no menos de treinta (30) días a la fecha de vencimiento de este. **SEXTA. -: INEXISTENCIA DE RELACIÓN LABORAL Y AUTONOMÍA DEL OPERADOR:** El presente contrato no genera relación laboral entre ¡QUÉ BIEN! con el **OPERADOR**, para la ejecución del objeto contractual, y en consecuencia tampoco el pago de prestaciones sociales y de ningún tipo honorarios distintos al valor acordado en la cláusula cuarta del mismo. En desarrollo de la labor contratada actuará con libertad y autonomía técnica y administrativa, por consiguiente, asumirá todos los riesgos que se originen debido al cumplimiento de la misma. **SÉPTIMA. -: SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO.** En caso de mora y/o incumplimiento de alguna (s) de las obligaciones derivadas del objeto del presente contrato por alguna de las partes se pacta una sanción de trescientos mil pesos MCTE (\$300.000) **OCTAVA-: PROHIBICIÓN DE CEDER EL CONTRATO:** El **OPERADOR** no podrá ceder el presente contrato a otra persona natural sin el consentimiento previo, expreso y escrito de ¡QUÉ BIEN! **NOVENA-: SUSPENSIÓN TEMPORAL DEL CONTRATO:** Se podrá de común acuerdo entre las partes, suspender temporalmente la ejecución del contrato, mediante un acta en donde conste tal evento, sin que para los efectos del plazo extintivo se compute el tiempo de suspensión. **DÉCIMA-: PERFECCIONAMIENTO Y REQUISITOS PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO:** El presente contrato se considera perfeccionado con la suscripción de este por las partes. Para su ejecución se requiere la firma de las partes. **DÉCIMA SEGUNDA. -: DOMICILIO Y LEGISLACIÓN APLICABLE.** - Para todos los efectos legales, el domicilio contractual será la ciudad de Bucaramanga. Este contrato se rige e interpreta de conformidad con las Leyes de la República de Colombia. **DÉCIMA TERCERA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO.** - El presente contrato terminará por: 1) Vencimiento del término pactado. 2) Por acuerdo entre las partes. 3) Por providencia judicial que así lo ordene. 4) Por la iniciación de un proceso de reestructuración económica, liquidación obligatoria o insolvencia de alguna de las partes. 5) Por el incumplimiento, mora o retardo injustificado de las obligaciones aquí pactadas. 6) Por decisión unilateral de ¡QUÉ BIEN!, en cualquier momento y por cualquier motivo de incumplimiento, mediante aviso escrito dirigido al **OPERADOR** con un (1) días calendario de antelación a la fecha en que se pretenda hacer efectiva la terminación, sin que por este hecho se cause ningún tipo de indemnización o pago adicional alguno a cargo de ¡QUÉ BIEN!, lo que implica que por estas causas no habrá lugar al pago de sumas por concepto de indemnizaciones, estipulación que desde ahora acepta expresamente el **OPERADOR** y manifiesta su renuncia a instaurar cualquier reclamación privada o judicial por estas mismas causas. 7) Las demás que establezca la ley. **DÉCIMA CUARTA. - RESPONSABILIDAD. - EL OPERADOR** se obliga a cumplir cabal y eficazmente las obligaciones previstas en el presente contrato, salvo situaciones de fuerza mayor o caso fortuito. El **OPERADOR** compensará, en los términos previstos

en este contrato, a **¡QUÉ BIEN!** por los perjuicios económicos que sufra como incumplimiento del contrato. Las eventuales fallas o retardos de **¡QUÉ BIEN!** en hacer efectivos sus derechos frente al **OPERADOR** por incumplimiento de las obligaciones pactadas en el presente contrato, no se entenderán como una modificación a los términos del contrato o una renuncia de **¡QUÉ BIEN!** a exigir la indemnización de los perjuicios correspondientes o el futuro cumplimiento del contrato. Además, el **OPERADOR** responderá frente al **¡QUÉ BIEN!**, contractual o extracontractualmente, por la totalidad de los daños que le cause al **¡QUÉ BIEN!**, y así el **OPERADOR** será responsable por todos los daños, sin limitarse a los directos, indirectos, especiales, o accidentales, ni por las pérdidas o gastos que pudiesen surgir por culpa hasta leve, o por cualquier falla en la ejecución, error, omisión, interrupción, defecto, o demora en los servicios contratados. Las partes acuerdan que, para el cobro de los perjuicios ocasionados en desarrollo y ejecución del presente contrato, el presente documento presta mérito ejecutivo, por contener obligaciones claras, expresas y exigibles consistentes en pagar las sumas líquidas diarias de dinero y que constituyen plena prueba y se constituyen así. **DÉCIMA QUINTA. -: GARANTÍA.** _____ identificado con cédula de ciudadanía No. _____ de _____ a fin de garantizar el cumplimiento de sus obligaciones a favor de **¡QUÉ BIEN!** avala el presente contrato, y se encargará de realizar la garantía necesaria de los servicios prestados. **DÉCIMA SEXTA-: NULIDAD PARCIAL.** En el evento que cualquier término y/o condición del presente contrato sea declarado nulo las demás se mantendrán vigentes y se interpretaran con sujeción a la intención de las partes. **DÉCIMA SÉPTIMA-: CONFIDENCIALIDAD. - EL OPERADOR** no podrá publicar, reproducir, circular o de otra manera distribuir o revelar información que haya sido suministrada por **¡QUÉ BIEN!**, y que se refiera o guarde relación con este contrato, o con secretos comerciales, propiedad e información comercial, conocimientos técnicos entre otros, de **¡QUÉ BIEN!** Esta obligación de confidencialidad estará vigente durante el término de duración de este contrato y cinco (5) años más. El incumplimiento del **OPERADOR**, de las obligaciones contenidas en esta cláusula, será considerado como causa suficiente para la terminación del presente contrato, sin perjuicio del derecho de **¡QUÉ BIEN!**, a la indemnización plena de todos los daños y perjuicios ocasionados. La información confidencial de **¡QUÉ BIEN!**, solo será utilizada por la otra parte para el cumplimiento de lo aquí contemplado, y no será revelada a persona distinta. A la terminación o expiración de este contrato, el **OPERADOR** devolverá o destruirá toda la información confidencial de **¡QUÉ BIEN!**, de acuerdo con las instrucciones de esta última, y así lo certificará por escrito. Así mismo tendrá que devolver a **¡QUÉ BIEN!**, La papelería suministrada, y lo que tenga el logo de **¡QUÉ BIEN!**, al igual que las camisetas, carné, al momento que se dé por terminado el presente contrato o se suspenda por cualquier motivo. **DECIMA OCTAVA-: DOCUMENTOS QUE FORMAN PARTE DEL CONTRATO. -** Hacen parte del presente contrato: 1) Copia de la Cámara de Comercio. 2) Acta de Elementos entregados por **¡QUÉ BIEN!** debidamente diligenciada. 3) Fotocopia del RUT. Para todas las comunicaciones relacionadas con el presente Contrato las partes señalan las direcciones abajo suscritas y firmamos de conformidad con todo lo anterior

expuesto, y recibimos cada parte una copia de este, se firma en Bucaramanga a los _____ días del mes _____ de _____ así:

¡QUÉ BIEN!

EL OPERADOR

C.C. _____ de _____
Bucaramanga, - Colombia

C.C. _____ de _____
Bucaramanga, - Colombia