

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS INTEGRALES DE REMODELACIÓN Y MANTENIMIENTO EN LA
CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**CARLOS EDUARDO RUEDA PABON
YOMAR HURTADO TORRES**

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

2017

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS INTEGRALES DE REMODELACIÓN Y MANTENIMIENTO EN LA
CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**RUEDA PABON CARLOS EDUARDO
HURTADO TORRES YOMAR**

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

**Director.
Redondo Mora Ramiro Augusto
Profesión. Administrador de empresas**

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

2017

DEDICATORIA

A Dios, Quien me dio la oportunidad de moldear una idea que llevo en mi corazón, quien por medio del espíritu santo me lleno de entendimiento, sabiduría, disciplina y criterio necesario para sacarla adelante y poderla presentar el día de hoy...

"Encomienda al señor tus obras y tus planes tendrán éxito" Prov. 16:3

A, la mujer que Dios puso en mi camino como esposa y compañera de vida, por su tranquilidad, entendimiento y compañía incondicional

A mi familia quienes me llenan de confianza para lograr mis sueños y están ahí, cuando más los necesito.

A mi hermoso Juan David Rueda Giraldo, quien es el motivo mas grande que tengo para salir adelante.

CARLOS EDUARDO RUEDA PABON.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de estudiar esta gran carrera de Gestión Empresarial y permitir que este gran sueño se convirtiera en una realidad.

A toda mi familia que aunque estén lejos de mí, sé que estuvieron muy pendientes de cada paso que daba en este proceso y en más de una vez me dieron fuerzas para continuar, quienes me han enseñado que lo que se empieza se debe terminar, por que las cosas buenas cuestan.

A mi esposa Diana Mileidy mis dos princesas Danna Valentina Hurtado y Gisela Hurtado que las amo con todo mi corazón y son el motor para que todos los días tengan sentido.

YOMAR HURTADO TORRES

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	27
1. GENERALIDADES	29
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	29
1.1.1 Evolución	31
1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO	49
1.3 ASPECTOS LEGALES	56
2. ESTUDIO DE MERCADOS	62
2.1 OBJETIVOS.....	62
2.1.1 Objetivo General.....	62
2.1.2 Objetivos Específicos.....	62
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	64
2.2.1 Definición.....	64
2.2.2 Especificaciones.....	64
2.2.2.1 Grupo Remodelaciones	65
2.2.2.2 Grupo Mantenimiento locativo	70
2.2.3 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.....	73
2.2.3.1 Valores agregados que caracterizan la empresa.....	75
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	76
2.3.2 Mercado objetivo.....	76
2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	77
2.4.1. La Demanda	77
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados	77
2.4.1.2 Necesidades de información.....	78
2.4.1.3 Ficha Técnica.....	79
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	82
2.4.3. Estimación de la Demanda.....	119
2.4.4 Proyección de la demanda.....	124

2.5 OFERTA O COMPETENCIA	127
2.5.1 Necesidades de Información.....	127
2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia.....	128
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	132
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.	132
2.7.1 Estructura de los canales actuales	132
2.7.1.1 Nivel 0. Canal directo (Productor - consumidor).	133
2.7.1.2 Nivel 1. Canal detallista (Productor - detallista - consumidor).....	133
2.7.1.3 Nivel 2. Canal mayorista (Productor- mayorista- detallista- consumidor).	134
2.7.2.1 Productor – consumidor.	134
2.7.2.2 Productor - agente – consumidor.....	134
2.7.3 Ventajas y Desventajas de los canales actuales	134
2.7.3.1 Distribución Canal Directo.....	134
2.7.3.2 Distribución Canal Indirecto.	135
2.7.4 Selección de los Canales de Comercialización.....	136
2.8 PRECIO	137
2.8.1 Análisis de precios de la competencia.	137
2.8.2 Estrategias de fijación de precios.	139
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	140
2.9.1 Objetivos (Informar, Persuadir, Recordar)	140
2.9.2 Logotipo	141
2.9.3 Slogan.....	142
2.9.4 Análisis de medios.	143
2.9.5 Selección de medios.....	145
2.9.6 Estrategias Publicitarias.....	145
2.9.6.1 Estrategias Publicitarias de lanzamiento.....	146
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.	147
2.9.7.2 Presupuesto De operación.....	149
3. ESTUDIO TÉCNICO	150
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	150

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.....	150
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.....	150
3.1.3 Capacidad del proyecto	152
3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.....	152
3.1.3.2 Capacidad instalada.....	155
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	157
3.2 LOCALIZACIÓN.....	160
3.2.1 Macro localización.	160
3.2.2 Micro localización.....	160
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	164
3.3.2 Descripción técnica del proceso.	176
3.3.2.1 Proceso Grupo de Remodelaciones.	176
3.3.2.2 Proceso Grupo Mantenimiento locativo.	176
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.....	180
3.3.4 Control de calidad.	186
3.3.5 Recursos.....	190
3.3.5.1 Recurso humano.....	190
3.3.5.2 Recurso físico.	191
3.3.5.3 Recurso de insumos	195
3.3.6 Análisis de Proveedores	197
3.3.7 Distribución de planta.	200
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	202
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	202
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	204
4.2.1 Visión.	204
4.2.2 Misión.....	204
4.2.3 Objetivos	205
4.2.4 Políticas.	205
4.2.4.1 Políticas de Personal	206
4.2.4.2 Políticas de Compras.	207

4.2.4.3 Políticas de Ventas.	208
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	209
4.3.1 Organigrama.	209
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	209
4.3.3 Asignación salarial.	217
5. ESTUDIO FINANCIERO	222
5.1. INVERSIONES	222
5.1.1 Inversión Fija.....	222
5.1.1.2 Maquinaria y equipo.....	222
5.1.1.3 Muebles y Enseres.	224
5.1.1.4 Equipos de oficina y comunicación.	224
5.1.1.5 Herramienta.	225
5.1.1.6 Total de inversión fija.	228
5.1.2 Inversión diferida.....	229
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	229
5.1.3.1 Costos de prestación del servicio	229
5.1.2 Gastos de administración y ventas.	232
5.1.2.1 Nomina administración y ventas	233
5.1.2.2 Depreciación Administración y ventas	233
5.1.2.3 Amortización de diferidos.....	233
5.1.2.4 Gastos generales.....	234
5.1.2.5 Gastos Financieros.	238
5.1.3. Total Capital de trabajo.	240
5.1.4 Inversión total.....	240
5.1.5 Fuentes de financiación	241
5.2. COSTOS Y GASTOS	243
5.2.1. Costos y gastos fijos.	243
5.2.2. Costo variable.	245
5.2.3. Costos totales	246
5.3 PRECIO DE VENTA	247

5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS	249
5.4.1 Ingresos proyectados.....	249
5.4.2. Egresos.....	250
5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS.....	250
5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años	251
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado.....	251
5.5.3 Balance General inicial y proyectado	253
6. EVALUACION DEL PROYECTO.....	254
6.1 EVALUACION SOCIAL.....	254
6.2. EVALUACION AMBIENTAL.....	255
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos	255
6.2.2 Plan de mitigación.....	256
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	258
6.3.1 Valor presente neto.....	258
6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR.	262
6.3.3. Período de recuperación.....	263
6.3.4. Análisis de las Razones Financieras.	264
6.3.4.1 Razon de liquidez.	264
6.3.4.2 Razon Nivel de endeudamiento	265
6.3.4.3 Razon de actividad	265
6.3.4.3 Razones de rentabilidad.	266
6.5 Punto de Equilibrio.....	267
7. CONCLUSIONES	271
8. RECOMENDACIONES.....	274
BIBLIOGRAFIA.....	275
ANEXOS.....	288

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Tipología de inmueble	83
Grafica 2. Rotación del servicio.....	84
Grafica 3. Remodelación de baño.....	86
Grafica 4. Remodelación de cocina	86
Grafica 5. Remodelación de pisos	87
Grafica 6. Construcción liviana.....	88
Grafica 7. Albañilería.....	89
Grafica 8. Servicio de Plomería.....	90
Grafica 9. Electricidad	90
Grafica 10. Aplicación de Pintura	91
Grafica 11. Jardinería.....	92
Grafica 12. Instalaciones Estándar	92
Grafica 13. Remodelación de baño.....	95
Grafica14. Remodelación de Cocina.....	96
Grafica 15. Remodelación de Pisos	97
Grafica 16. Construcción liviana.....	98
Grafica 17. Albañilería.....	99
Grafica 18. Servicio de Plomería.....	100
Grafica 19. Servicio de Electricidad	101
Grafica 20. Servicio de Pintura.....	102
Grafica 21. Servicio de Jardinería	103
Grafica 22. Instalaciones Estándar	104
Grafica 23. Preferencias en mano de obra	105
Grafica 24. Factores relevantes a la hora de contratar	107
Grafica 25. Experiencia de compra	108
Grafica 26. Medios de búsqueda más utilizados.....	109
Grafica 27. Identificación de la competencia.....	110

Grafica 28. Aceptación de la nueva empresa.....	112
Grafica 29 Interés por servicio en estos momentos	113
Grafica 30. Monto Proyectado de inversión	115
Grafica 31. Preferencias geográficas para el punto de atención al público.....	116
Grafica 32. Medio de recepción de publicidad preferido	118
Gráfica 33. Línea recta Proyección demanda	126

LISTA DE TABLAS

Cuadro 1. Análisis constitución de empresas en Bucaramanga	42
Cuadro 2. Consideraciones tributarias	61
Cuadro 3. Grupo de servicio.	64
Cuadro 4. Mercado Potencial.....	76
Cuadro 5. Mercado Objetivo	77
Cuadro 6. Ficha técnica demanda	79
Cuadro 7. Tipología de inmueble	83
Cuadro 8. Rotación del servicio	84
Cuadro 9. Frecuencia de utilización por servicio.....	85
Cuadro 10. Precio pagado o dispuesto a pagar por servicio.....	93
Cuadro 11. Preferencias en mano de obra	105
Cuadro 12. Factores relevantes a la hora de contratar	106
Cuadro 13. Experiencia de compra.....	108
Cuadro 14. Medios de búsqueda más utilizados.....	109
Cuadro 15. Identificación de la competencia	110
Cuadro 16. Aceptación de la nueva empresa	111
Cuadro 17. Servicio de mayor interés en estos momentos.....	113
Cuadro 18. Contemplación Servicio.....	114
Cuadro 19. Preferencias geográficas para el punto de atención al público	116
Cuadro 20. Medio de recepción de publicidad preferido	117
Cuadro 21. Demanda Total.....	120
Cuadro 22. Niveles de Disposición en la utilización de los servicios.....	120
Cuadro 23. Estimación de la demanda para cada servicio en su tiempo de vida útil.	121
Cuadro 24. Demanda anual por unidad de medida (Proyecto – Servicio – M2)	123
Cuadro 25. Histórico número de hogares por estrato mercado Objetivo	124
Cuadro 26. Historico cifra de Hogares estrato 3	124

Cuadro 27. Tabla informativa para Hallar Ecuación.....	125
Cuadro 28. Proyección de la demanda	126
Cuadro 29. Matriz Competitiva.....	130
Cuadro 30. Demanda Insatisfecha.....	132
Cuadro 31. Precios competencia	138
Cuadro 32. Presupuesto de Lanzamiento campaña de expectativa	148
Cuadro 33. Presupuesto Publicidad y promoción operación primer año.....	149
Cuadro 34. Cálculo tiempos capacidad diseñada	152
Cuadro 35. Capacidad diseñada por servicio	3
Cuadro 36. Cálculos tiempos capacidad instalada.....	155
Cuadro 37. Capacidad instalada por servicio.....	156
Cuadro 38. Utilizada y proyectada	157
Cuadro 39. Capacidad Utilizada.....	158
Cuadro 40. Capacidad proyectada.....	159
Cuadro 41. Análisis Factores Relevantes de Micro localización	161
Cuadro 42. Ponderación estudio de Microlocalización.....	162
Cuadro 43. Asignación de puntos alternativas de ubicación	163
Cuadro 44. Ficha técnica de la propuesta.....	165
Cuadro 45. Ficha técnica servicio de Remodelación de Baño	166
Cuadro 46. Ficha técnica servicio de Remodelación de Cocina	167
Cuadro 47. Ficha técnica servicio de Remodelación de Pisos.....	168
Cuadro 48. Ficha técnica servicio de Construcción Liviana.	169
Cuadro 49. Ficha técnica servicio de Albañilería.	170
Cuadro 50. Ficha técnica servicio de Plomería.....	171
Cuadro 51. Ficha técnica servicio de Electricidad.....	172
Cuadro 52. Ficha técnica servicio de Pintura.....	173
Cuadro 53. Ficha técnica servicio de Jardinería.	174
Cuadro 54. Ficha técnica servicio de Instalaciones Estándar.	175
Cuadro 55. Proceso Grupo de Remodelaciones.....	178
Cuadro 55. Proceso Grupo de Remodelaciones.....	180

Cuadro 56. Proceso Grupo Mantenimiento Locativo.....	182
Cuadro 57 Recurso Humano.....	190
Cuadro 58. Muebles y enseres.	191
Cuadro 59. Equipo de Oficina y comunicación	191
Cuadro 62. Insumos Aseo y cafetería	196
Cuadro 61. Insumos Oficina.....	196
Cuadro 63. Insumos seguridad industrial y salud Ocupacional.....	196
Cuadro 64 Distribución planta por metros cuadrados.	200
Cuadro 65. Ficha Perfil Director General	210
Cuadro 66. Ficha Perfil Director de Proyectos	211
Cuadro 67. Ficha Perfil Diseñador	212
Cuadro 68. Ficha Perfil Asesor Comercial	213
Cuadro 69. Ficha Perfil Secretaria Recepcionista.....	214
Cuadro 70. Ficha Perfil Contador.....	215
Cuadro 71. Ficha Perfil Especialista de Obra.....	216
Cuadro 72. Personal de Directo / Nomina.....	217
Cuadro 73. Personal Indirecto.....	217
Cuadro 74. Estructura Salarial ok actualizado	219
Cuadro 75. Prestaciones sociales.....	220
Cuadro 76. Maquinaria y equipo	223
Cuadro 77. Muebles y Enseres.	224
Cuadro 78 Equipo de oficina Computación y Comunicación	225
Cuadro 79 Herramientas.....	226
Cuadro 79 Herramientas.....	227
Cuadro 79 Herramientas.....	228
Cuadro 80. Total inversión Fija	228
Cuadro 81. Inversión diferida	229
Cuadro 82. Mano de Obra directa.....	230
Cuadro 83. Mano de obra Indirecta.....	231
Cuadro 84. Depreciación Herramienta, maquinaria y Equipo.	231

Cuadro 85. Mantenimiento Herramienta, maquinaria y equipo	231
Cuadro 86. Seguros Herramienta, maquinaria y equipo	231
Cuadro 87. Costos indirectos	232
Cuadro 88. Total costos servicio	232
Cuadro 89. Nomina Administración y ventas	233
Cuadro 90. Depreciación Muebles - enceres y equipo de oficina	233
Cuadro 91 Amortización de diferidos	233
Cuadro 92. Insumos de oficina Gastos de Administración y ventas.....	234
Cuadro 93. Insumos de aseo y cafetería	235
Cuadro 94. Mantenimiento muebles enseres y equipos de oficina	235
Cuadro 95. Seguros muebles enseres y equipos de oficina	236
Cuadro 96. Publicidad Operación	236
Cuadro 97. Otros Gastos administración y ventas	237
Cuadro 98. Total gastos generales	237
Cuadro 99. Consolidado Gastos de Administración y ventas	237
Cuadro 100. Intereses Pagados Año1	238
Cuadro 102. Total capital de trabajo	240
Cuadro 103. Inversión total	240
Cuadro 104. Financiación Proyecto	241
Cuadro 105. Costos y gastos fijos.....	243
Cuadro 106. Participación por Servicio	244
Cuadro 107 Costo fijo Proyectado	245
Cuadro 108. Costos variables Año 1	246
Cuadro 109. Costos y gastos totales Año 1	246
Cuadro 110. Costo unitario servicio carga fija.....	247
Cuadro 111. Calculo Precio de Venta	248
Cuadro 112. Proyección de Ingresos año 1	249
Cuadro 113. Ingresos Proyectados 1 a 5 años	250
Cuadro 114. Proyección de Egresos.....	250
Cuadro 115. Estado de Resultados PYG	251

Cuadro 116. Flujo de caja proyectado	252
Cuadro 117. Balance general Proyectado	253
Cuadro 118. Matriz de evaluación. De impacto	256
Cuadro 119. Valor presente neto VPN.....	262
Cuadro 120. Tasa Interna de Retorno TIR.....	263
Cuadro 121. Periodo de recuperación	264
Cuadro 122. Razón corriente	265
Cuadro 123. Nivel de endeudamiento.....	265
Cuadro 124. Rotación de activos totales.....	266
Cuadro 125. Margen bruto de ganancia.....	266
Cuadro 126. Margen de Utilidad operativa.....	267
Cuadro 127. Utilidad margen Neta.....	267
Cuadro 128. Distribución de unidades vendidas	268
Cuadro. 129. Margen de Contribución	268
Cuadro 130. Margen de contribucion ponderado.....	269
Cuadro 131. Punto de equilibrio en unidades	269
Cuadro 132. Distribución de unidades en punto de equilibrio	270
Cuadro 133. Comprobación punto de equilibrio	270

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Distribución Territorial. Distribución Territorial Municipio de Comunas y Número de habitantes. Bucaramanga	50
Figura 2. Remodelación de Baño.....	66
Figura 3. Remodelación de Cocina	66
Figura 4. Cerámicos.....	67
Figura 5. Remodelación de Pisos Porcelanato	67
Figura 6. Remodelación de Pisos Laminado.....	68
Figura 7. Construcción Liviana en estructura	68
Figura 8. Construcción Liviana en terminación	69
Figura 9. Servicio de Albañilería.	69
Figura 10. Servicio de Plomería.	70
Figura 11. Servicio de Electricidad.....	71
Figura 12. Servicio de Pintura	71
Figura 13. Servicio de Jardinería.	72
Figura 14. Servicio de instalaciones Standard.	73
Figura 16. Canales de Distribución.	133
Figura 17. Canal de Comercialización Seleccionado	136
Figura 18. Logotipo	141
Figura 19. Ubicación geográfica Área de influencia del proyecto	160
Figura 20. Diagrama de flujo proceso servicios de Remodelación.....	180
Figura 22. Logo SODIMAC	197
Figura 23. Logo Homecenter.....	199
Figura 24. Logo Constructor	199
Figura 25. Logo Ciuculo de especialistas constructor	200
Figura 26. Distribución de planta.....	201
Figura 27. Organigrama Recurso Humano	209

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Formato de encuesta realizada universidad industrial de santander gestion empresarial – IPRED.....	288
--	-----

GLOSARIO.

ACABADOS: Proceso de fabricación empleado en la manufactura cuya finalidad es obtener una superficie con características adecuadas para la aplicación particular del producto que se está manufacturando; esto incluye mas no es limitado a la cosmética de producto.

ANCLAJE DE CIMENTACION: Tipo de anclaje que se emplea para sujetar elementos estructurales al bloque de cimentación en la que se apoya.

ARQUITECTURA: Es el arte y la técnica de proyectar, diseñar, construir y modificar el Hábitat humano, incluyendo edificios de todo tipo, estructuras arquitectónicas

BRICOLAJE: Es la actividad manual que realiza una persona como aficionada, sin recurrir a los servicios de un profesional, para la creación, mejora, mantenimiento o reparación en especialidades como albañilería, carpintería, electricidad, fontanería etc.

CARPINTERIA: Carpintería es el nombre del oficio y del taller o lugar en donde se trabajan tanto la madera como sus derivados, y a quien lo ejerce se le denomina carpintero.

CIELO RASO: Se denomina cielo raso o cielo falso al elemento constructivo situado a cierta distancia del techo. Se construye generalmente de piezas.

CIRCUITO ELÉCTRICO: El circuito eléctrico es el recorrido preestablecido por el que se desplazan las cargas eléctricas.

CLIENTE: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

COMPETITIVIDAD: Tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

CUBIERTA: Es un elemento constructivo que protege a los edificios en la parte superior y, por extensión.

DEMOLICIÓN: Es el proceso mediante el cual se procede a tirar abajo o destruir de manera planificada un edificio o construcción en pie.

DISEÑO: Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.

DRYWALL: Es un método constructivo consistente en placas de yeso o fibrocemento, fijadas a una estructura reticular liviana de madera o acero.

EFICIENCIA: Es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

ENCHAPE: Son recubrimientos o revestimientos que se aplican a diferentes elementos constructivos como muros, escaleras, columnas, vigas para durabilidad y resistencia.

ENCOFRADO: Un encofrado es el sistema de moldes temporales o permanentes que se utilizan para dar forma al hormigón u otros materiales similares como el tapial antiguamente.

ESTUCO: Masa de yeso blanco y agua de cola que se emplea para enlucir paredes interiores, hacer molduras, relieves en muros y bóvedas e imágenes para pintar o dorar.

ESTUCO VENECIANO: Es un revestimiento artesanal utilizado desde comienzos del Siglo XV, realizado con una capa base de color y una terminación en pasta del mismo color o más fuerte. Como acabado final se le aplica un Barniz que le otorga aspecto de Mármol.

FACTIBILIDAD: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

FACHALETA: es un recubrimiento de apariencia natural fabricada en cemento aligerado y que simula en textura y tamaño a la piedra.

IMPERMEABILIZACION: Preparación de un cuerpo para que no pueda ser penetrado por un líquido, evita el deterioro de un producto generando mayor resistencia.

INCURSIONAR: Realizar una persona una incursión en una actividad o un trabajo que no hace habitualmente.

MAMPOSTERIA: Procedimiento de construcción en que se unen las piedras con argamasa sin ningún orden de hiladas o tamaños.

PARAMETRO: Se conoce como parámetro al dato que se considera como imprescindible y orientativo para lograr evaluar o valorar una determinada situación.

PREMISA: En lógica, una premisa es cada una de las proposiciones anteriores a la conclusión de un argumento.

RECOPIACION: Reunión de cosas dispersas, especialmente escritos, bajo un criterio que da unidad al conjunto.

REMODELACION: Es el proceso y el resultado de remodelar. Esto por su parte, se refiere a modificar, alterar o transformar algo, ya sea mediante cambios en su estructura general o en ciertos componentes específicos.

REPARACIONES LOCATIVAS: Se entiende por reparaciones o mejoras locativas aquellas obras que tienen como finalidad mantener el inmueble en las debidas condiciones de higiene.

REVESTIMIENTO: El revestimiento es una capa de un material específico que se utiliza para la protección o el adorno de las paredes, el techo o el piso.

SATISFACCION: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

SUPERBOARD: La placa de cemento Superboard, es para uso con juntas visibles entre placas, dado que su uso contrario genera rajaduras, por el tema de vibración.

VIGOROSO: Que tiene vigor, fuerza.

YESO: El yeso se utiliza profusamente en construcción como pasta para guarnecidos, enlucidos y revoques; como pasta de agarre y de juntas.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS INTEGRALES DE REMODELACIÓN Y MANTENIMIENTO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.*

AUTOR: *Carlos Eduardo Rueda Pabón.
* Yomar Hurtado Torres

PALABRAS CLAVES:

Remodelación, mantenimiento, reparación, bienestar, informalidad, integral, servicio, mano de obra, construcción, tiempo, asesoría.

DESCRIPCION

Constantemente las personas buscan mejorar su calidad de vida y el bienestar para su familia; las obligaciones del día a día y demás compromisos reducen el tiempo disponible para realizar actividades de mantenimiento en el hogar. Es por esta razón que surge la idea de estructurar un modelo de negocio que supla esta necesidad.

La finalidad principal del presente proyecto es presentar una solución mediante un estudio de factibilidad en la creación de una empresa prestadora de servicios integrales de remodelación y mantenimiento para el hogar en la ciudad de Bucaramanga.

Se cuenta con un mercado objetivo compuesto por 98.546 hogares, distribuidos en los estratos 3,4,5 y 6 de la ciudad.

El estudio de mercados realizado indica que en promedio un 88% de estos hogares en algún momento a solicitado de estos servicios; y un 81% de ellos estaría interesado en hacerlo. La investigación muestra que en promedio cada 83 meses un hogar solicita los servicios relacionados al grupo de remodelaciones y cada 15,36 meses un servicio del grupo de mantenimiento.

Se contara con una capacidad utilizada del 50% de la capacidad instalada, compuesta por 10 especialistas laborando turnos de 8 horas, 6 días a la semana, logrando así una cobertura aproximada del 22,77% de la demanda efectiva, se garantiza durante el primer año la generación de 5 puestos de trabajo directos y 11 indirectos.

El capital necesario para la puesta en marcha del presente proyecto es de \$ 103.477.813, dando como resultado un VPN de \$ 284.849.306, una TIR del 90% y un periodo de recuperación del capital de 1 año 4 meses y 12,9 días. Trabajando con una TMAR deflactada del 12,94%, y una tasa de riesgo del 10%, comprobando con estos datos su viabilidad, factibilidad y rentabilidad para una futura implementación.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Director. Redondo Mora Ramiro Augusto

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATING OF A COMPANY PROVIDER COMPREHENSIVE AND MAINTENANCE SERVICES IN THE CITY OF RENOVATION OF BUCARAMANGA.

AUTHOR: *Carlos Eduardo Rueda Pabón.
* Yomar Hurtado Torres

KEYWORDS:

Remodeling, maintenance, repair, welfare, informality, integral, service, labor, construction, time, advice.

DESCRIPTION

People constantly seek to improve their quality of life and well-being for their family; Day-to-day obligations and other commitments reduce the time available for home maintenance activities. It is for this reason that the idea arises of structuring a business model that meets this need. The main purpose of this project is to present a solution through a feasibility study in the creation of a company providing integral remodeling and maintenance services for the home in the city of Bucaramanga. It has an objective market composed of 98,546 households, distributed in strata 3,4,5 and 6 of the city.

The market research carried out indicates that on average 88% of these households at some point requested these services; And 81% of them would be interested in doing so. Research shows that on average every 83 months a household requests the services to the group of remodeling and every 15.36 months a service of the maintenance group.

It will have a capacity of 50% of the installed capacity, composed by 10 specialists working shifts of 8 hours, 6 days a week, thus achieving a coverage of approximately 22.77% of effective demand, guaranteed during the first Year the generation of 5 direct and 11 indirect jobs.

The capital required for the start-up of this project is \$ 103,477,813, resulting in a VPN of \$ 284.849.306, an IRR of 90% and a capital recovery period of 1 year 4 months and 12,9 days. Working with a deflated TMAR of 12.94%, and a 10% risk rate, checking with these data its feasibility, feasibility and profitability for a future implementation.

* Working Grade

** Institute of Regional and Projection Distance Education. Director. Redondo Mora Ramiro Augusto

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realiza con el fin de conocer la factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios integrales de remodelación y mantenimiento para los hogares de estratos 3,4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga; enfocada en satisfacer las necesidades de reparación y/o mantenimiento en el hogar.

La idea surge porque se evidencia una necesidad pendiente por suplir, la cual permite identificar una problemática generalizada; la solución consiste en estructurar un modelo de negocio de fácil implementación y sencillo de replicar, enfocado en ofertar servicios integrales de mano de obra de fácil acceso.

En el desarrollo del presente estudio, se emplea el método de factibilidad, con el objetivo de reunir la información necesaria para la correcta toma de decisiones, minimizando el riesgo y aumentando las oportunidades de la propuesta, donde inicialmente se realizara una investigación de las generalidades, que permitan conocer el contexto del sector, antecedentes, oportunidades amenazas y proyecciones futuras.

Se hará un estudio de mercados definiendo y caracterizando el servicio y el nicho de mercado al cual estará enfocado, estudiando la oferta, la demanda, los canales de comercialización, los precios y las estrategias de publicidad y promoción, para prever las posibilidades de su implementación.

Se elaborara el estudio técnico donde se definirá el tamaño y los márgenes de capacidad en unidades de servicio para dimensionar la empresa en términos de cobertura, se listaran los recursos humano, físicos y tecnológicos para la correcta prestación del servicio.

Se realizara el estudio administrativo, mostrando el procedimiento de constitución legal y cultura organizacional de la empresa, diseñando la estructura necesaria y acorde para un correcto funcionamiento. Posteriormente se llevara a cabo el estudio financiero, donde se calcularan las necesidades totales de capital, se proyectaran los ingresos, egresos, flujos de cajas, balances y estados de resultados.

Finalmente, se hará la evaluación del proyecto analizando el impacto social y ambiental; de igual manera se planteara la evaluación financiera calculando la TIR y VPN, periodo de recuperación de la inversión y las razones financieras necesarias para la toma de decisiones de futuros inversionistas.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

La palabra remodelar procede del francés remodeler, la cual a su vez procede del inglés “to remodel”. En el diccionario castellano remodelar significa reformar algo, modificando alguno de sus elementos, o variando su estructura.¹

La primera remodelación de la humanidad se dio en la actual Turquía, hace ya más de 9.000 años (7.500 a C.) se creó la primera ciudad de la que tenemos constancia: **Catal Huyuk**.²

Descubierta a finales de los años 50 y restaurada en los 60 su estado de conservación es asombroso dado las fechas que manejamos.

Las casas de Catal Huyuk se construían en medianería (pared común entre dos casas), sin calles ni pasajes, y el acceso a las viviendas se hacía por el tejado, utilizando escaleras que iban de un nivel al otro.

De esta forma las casas carecen de puerta propia y el espacio público se desarrollaba en las azoteas (este modelo urbanístico tendrá amplias repercusiones, especialmente en el norte de África, en los poblados islámicos contruidos en montaña.

En España se encuentran estas influencias en ciudades moriscas como Mojácar o las Alpujarras Junto a todo ello, y cerrando así simbólicamente el ciclo vital, los

¹ LEXICOON. Remodelar [en línea] – edición 3.8 (febrero 2016) disponible en <http://lexicon.org/es/remodelar>

² BLOGIA. La primera remodelación citado en 16/02/2010 [en línea] disponible en <http://sdelbiombo.blogia.com/2010/021601-la-primera-ciudad-de-la-historia.-catal-huyuk.php>.

muestrados se enterraban en los suelos de sus casas, tal vez buscando su protección.

El material utilizado era el adobe (barro mezclado con paja y secado al sol) y vigas de madera.³

La remodelación de viviendas es aquella acción constructiva o edificatoria que se realiza para mejorar algunas de las condiciones de habitabilidad, de seguridad estructural y constructiva, de protección contra la presencia de agua y humedades, de sus instalaciones, de la accesibilidad, de su eficiencia energética, de sus condiciones de iluminación natural y ventilación interior, de las dimensiones de los espacios interiores, entre otras.⁴

Con el pasar de los años por todo el mundo han surgido empresas enfocadas en la prestación de este tipo de servicios, generando una transformación en cada uno de los rincones de los hogares; estas acciones se pueden realizar tanto en el interior de las viviendas como en las zonas comunes de los edificios residenciales.

Cuando la remodelación de las viviendas de un edificio residencial, afecta a su estructura, cubiertas, cerramientos exteriores, instalaciones, acabados de albañilería y pavimentos, carpintería etc., se denomina remodelación integral de la vivienda.

A partir de los años 60 en Europa, se comienza a plantear la remodelación de viviendas y mantenimiento de edificios en los centros históricos de las ciudades; por lo tanto en Italia dado su patrimonio urbano edificatorio, donde existe una mayor preocupación dado el estado en el que se encontraban palacios, iglesias, edificios antiguos, creándose una corriente de opinión a favor de la preservación

³ REMODELAR EXPRES. En España se encuentran estas influencias citado 29/09/2016[en línea] disponible en <http://remodelarexpres.com/catal-huyuk-y-la-primera-remodelacion/>

⁴DEFINICIÓN. Definición de Remodelación. [en línea] [citado 15 de noviembre de 2015] Disponible en: <http://definicion.de/remodelacion/#ixzz43vzxlqF>

de este patrimonio, y su intervención para recuperar los valores de identidad de estas edificaciones.

Este debate se traslada a toda Europa, y se extiende no sólo a esta arquitectura monumental, sino a las edificaciones residenciales en los centros históricos.⁵

Creándose la figura urbanística de Protección de estas edificaciones, como son los Planes Especiales de Protección y Catalogación de edificios, que tiene por objeto el estudio pormenorizado de cada inmueble para determinar cuál debe ser protegido y asignarle un nivel de catalogación a el edificio; además las obras que se deberán realizar en estos inmuebles ya sea mantenimiento, conservación, reparación, rehabilitación dependerá del nivel asignado.

Desde entonces el concepto de remodelación de viviendas se empieza a extender no sólo a los centros históricos sino a los barrios o a otros ámbitos de la ciudad.

Una casa de una planta y tres ambientes puede convertirse, a través de una remodelación, en una vivienda de dos plantas y cinco ambientes. De este modo, la construcción en cuestión ofrecerá más comodidades a sus habitantes.

1.1.1 Evolución

Las primeras ciudades El modelo urbano aparece durante la revolución neolítica. Una vez que las poblaciones se han asentado y han descubierto la agricultura, el excedente de producción permite desarrollar profesiones que no están directamente relacionadas con la obtención de alimentos, como la artesanía, el comercio o la administración.

Las primeras civilizaciones urbanas surgen hacia el 3000 a. C. en diversos lugares de África y Asia: en los valles del Tigris y el Éufrates (Ur, Uruk), en el valle del Nilo

⁵Wikipedia. Rehabilitación de viviendas [en línea]Citado 11 julio 2016. Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Rehabilitaci%C3%B3n_de_viviendas.

(Menfis, Giza, Tebas, Abidos), en la llanura del valle del río Hoang-ho (Huixia, Anyang, Gaocheng), y en el valle del Indo (Harapa, Mohenjo-Daro). En general, son todas ciudades todavía muy vinculadas a la agricultura, practicada en los territorios cercanos, con poblaciones reducidas (en torno a los 20.000 habitantes) y planta irregular, salvo las ciudades indias.

Grecia. Las ciudades estado de la Grecia clásica, herederas de la cultura de la micénica, suelen seguir un plan más ordenado, sobre todo cuando eran de nueva fundación. Una gran expansión colonial por todo el Mediterráneo que sucedió desde el siglo XIX al VIII a. C. les permitió levantar un sinfín de ciudades desde cero, con lo que pudieron seguir un plan urbano previsto de antemano.

Confluencia de estos impulsos, aparece el primer gran urbanista del que tengamos noticia, **Hipodamo de Mileto** (c. 510 a.C.-?) un arquitecto griego que estableció normas revolucionarias para la construcción de las ciudades, como su ordenación a partir de una red ortogonal, una cuadrícula casi perfecta.

En términos generales, en las ciudades griegas se distinguían dos grandes conjuntos. Por un lado, la ciudad de los dioses (la acrópolis), que agrupaba todos los edificios religiosos y se ubicaba en la parte más alta de la ciudad; y por otro el ágora, donde estaban los principales edificios públicos, como el mercado. Todavía hoy en Atenas, por ejemplo, podemos apreciar esta antigua división.

Roma. Pero la primera gran urbe de la historia surgió lejos del Peloponeso, llegó a extender sus dominios por casi todo el mundo conocido y su solo nombre evoca la magnificencia de un imperio: Roma. La gran cantidad de tributos que llegaban desde oriente y occidente, así como una fuerza de trabajo esclava muy numerosa, permitieron un espectacular desarrollo urbano en una ciudad que alcanzó hasta el millón de habitantes. Una magnitud titánica para la época.

Además, gracias a un gran talento para la ingeniería, sentaron las bases arquitectónicas de un sinnúmero de edificios y estructuras de carácter público que caracterizaron el urbanismo occidental durante siglos y que resultan del todo sorprendentes por su extrema ingeniosidad, como el alcantarillado, los acueductos, fuentes, puentes, termas, pavimentos, mercados, palacios, basílicas, teatros, anfiteatros, circos, etcétera.

Otra característica que todavía hoy puede advertirse en las ciudades de acuñación romana es su disposición siguiendo una retícula ortogonal, en la que se encuentran dos grandes vías que cruzan la ciudad de parte a parte: el *cardo* con dirección norte-sur, y el *decumanus*, con dirección este-oeste. Esto se advierte sobre todo con gran claridad en las que nacieron a partir de campamentos militares.

La edad media. Tras la caída del imperio romano, hacia el siglo V, la ciudad experimentó un gran retroceso en occidente. Las continuas guerras y la fuerte inestabilidad configuraron ciudades muy pequeñas, de apenas unos 15.000 habitantes, de marcado carácter agrícola y sin apenas edificios públicos. Se abandonan los trazados regulares y se optan por plantas circulares, mucho más fáciles de defender, en cuyo centro se encuentran la plaza principal y los escasos órganos de gobierno.⁶

El islam. En el mundo islámico, sin embargo, las ciudades siguieron manteniendo un gran impulso. Son paisajes urbanos que aún se perciben con claridad en la actualidad: plantas irregulares de calles estrechas que se entrecruzan para formar verdaderos laberintos, una vida pública concentrada en torno a las mezquitas y los mercados, que constituyen casi una ciudad dentro de la ciudad, barrios agrupados

⁶ PIXELTECA. Tras la caída del imperio romano, hacia el siglo V [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

por profesiones, grandes palacios en las partes más altas... Damasco, Bagdad, El Cairo, Marraquech, su solo nombre evoca la leyenda y la fascinación de oriente.⁷

America. Tanto en América central como en América del sur, se desarrollaron civilizaciones urbanas que alcanzaron un nivel muy sofisticado de complejidad. En mesoamérica destacan las culturas maya y azteca, cuyas ciudades estado fueron muy similares, en cuanto a organización geopolítica a las ciudades griegas; y en el sur brilla con luz propia el enigmático imperio de los Incas, que perduró unos lustros más tras la llegada de los europeos en la misteriosa ciudad de Machu Pichu (Perú)⁸.

El renacimiento. En Europa, concluidos los siglos más turbulentos de la Edad Media, hacia el siglo XIV, la ciudad vuelve a resurgir y va adquiriendo cada vez más importancia hasta que hacia el siglo XIII se afianza ya definitivamente como modelo económico y social. El arte gótico desplaza los pesados sillares del románico, los ayuntamientos van adquiriendo cada vez más fuerza y por doquier surgen grandes catedrales, signo y símbolo de la creciente importancia de una nueva clase social: la burguesía.⁹

La edad moderna. La ciudad moderna es resultado de las poderosas fuerzas centrípetas que desembocarán en la formación de los grandes Estados europeos y las monarquías absolutistas de los siglos XVI y XVII. Las principales calles de la ciudad se ensanchan, aparecen las arboledas, los paseos, las grandes plazas y se intenta ordenar el crecimiento urbano a partir de plantas regulares. Los edificios públicos y administrativos cobran gran importancia y empiezan a ser el punto de referencia de la ciudadanía. La ciudad refleja la grandeza del Estado y la

⁷ PIXELTECA. En el mundo islámico sin embargo las ciudades siguieron manteniendo un gran impulso [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

⁸ PIXELTECA. Tanto en América central como en América del sur, se desarrollaron civilizaciones [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

⁹ PIXELTECA. En Europa, concluidos los siglos más turbulentos de la Edad Media, hacia el siglo XIV [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

monarquía, por lo que todo gasto para embellecerla está bien empleado. Modelo ejemplar, Versalles.¹⁰

Además, en Italia, cuna del renacimiento, se proponen diseños de ciudades ideales basadas en las premisas de Vitrubio que, aunque solo se seguirán en contadas ocasiones, como en Palmanova, darán origen a una nueva disciplina, el urbanismo.

Edad contemporánea Con la revolución francesa y la revolución industrial, el mundo cambia de signo y la fisonomía de la ciudad vuelve cambiar acorde a los nuevos tiempos. Adquiere rasgos industriales y experimenta un gran crecimiento. El prototipo de ciudad es París, y la reforma de Haussmann, que propone una ciudad ordenada y cómoda (alcantarillas, iluminación, calles anchas y arboladas, etcétera)¹¹

La ciudad se divide en barrios claramente diferenciados. En los peores lugares se hacina el proletariado, que vive en unas condiciones miserables, mientras que las zonas más ventajosas se reservan para la burguesía y la actividad comercial. El ejemplo más evidente lo encontramos en Londres, donde un inframundo de desesperados convive con la opulencia de la City.

Siglo xx. A medida que va transcurriendo el siglo XX, las ciudades experimentan un desarrollo cada vez más vertiginoso. Se produce una impresionante explosión demográfica y los avances tecnológicos se suceden cada vez con mayor rapidez, configurando un paisaje urbano de una complejidad irreversible.

¹⁰ PIXELTECA. La ciudad moderna es resultado de las poderosas [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

¹¹ PIXELTECA. Con la revolución francesa y la revolución industrial [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

Siglo xxi. Hoy día, los grandes centros han crecido hasta el punto de haber absorbido los pueblos y ciudades colindantes. Existen megalópolis titánicas, de gran dinamismo, en las que la superficie urbana se extiende por kilómetros y kilómetros. Monstruos como las conurbaciones de Tokio y Yokohama, Liverpool y Manchester, Washington y Boston, o la región del Ruhr nos llevan a preguntarnos cómo serán las ciudades del futuro, ¿existe algún límite a semejante crecimiento?¹²

1.1.2. DIAGNOSTICO Bucaramanga una ciudad con 393 años de historia ha venido teniendo un importante desarrollo urbano desde el año 1926, fecha donde inicia su mayor expansión urbanística la cual década tras década ha ido reflejando un importante crecimiento gracias a su ubicación estratégica en el departamento, lo que le ha permitido tener una economía estable y dinámica durante el tiempo.¹³

Fácilmente en esta ciudad se encuentran barrios con 96 años de construidos lo cual ha llevado a sus dirigentes a enfocarse en políticas de renovación urbana, fenómeno que se ha empezado a vivir con mayor intensidad en los últimos años viéndose reflejado en el alto crecimiento que ha tenido el sector de la construcción. Debido a esta tendencia, en la población se mueve el deseo de querer remodelar sus inmuebles.¹⁴

La escases de tiempo que tienen las personas por sus diferentes obligaciones laborales, profesionales y familiares, es una problemática identificada en el medio local, cada vez queda menos tiempo para realizar las reparaciones, instalaciones y

¹² URBANISMO. Debido a la tendencia disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

¹³ URBANISMO. Debido a la tendencia disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

¹⁴ REVISTA DINERO. Economía. "La informalidad en Colombia recupera fuerza 26 de agosto 2015 [en línea] [citado noviembre 10 de 2015] Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/informalidad-colombia-2015/212697>

adecuaciones de mantenimiento en el hogar, es por ello que las personas ven la necesidad de recurrir a contratar estos servicios.

Los estudios realizados por el DANE, en las trece ciudades y áreas metropolitanas, durante el trimestre móvil marzo - mayo de 2016, la proporción de ocupados informales fue de 47,6%, siendo el resultado más bajo para los trimestres móviles marzo - mayo, desde el 2007. En el mismo trimestre del año anterior se ubicó en 48,5%.¹⁵

Según rama de actividad, para las trece ciudades y áreas metropolitanas, el 42,3% de la población ocupada informal se concentró en comercio, hoteles y restaurantes. Para las 23 ciudades y áreas metropolitanas, esta proporción fue de 42,5%. Según posición ocupacional, trabajador por cuenta propia acumuló 61,0 % de la población ocupada informal para el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas, mientras que para las 23 ciudades y áreas metropolitanas esta proporción fue de 62,4%.¹⁶

Según estudios realizados por el DANE¹⁷, publicados en la revista Dinero en el segundo trimestre del año 2009 y 2015, la generación de empleo informal en las trece principales ciudades del país fue más acelerada que la generación de empleo formal; mientras que entre abril y junio de 2014 y el mismo periodo de 2015 se crearon 67.000 empleos formales, la informalidad aportó más del doble con 152.000 nuevos puestos, aunque la informalidad aún se mantiene fuerte y muestra tendencias de crecimiento.

¹⁵ DANE. Economía. "Empleo informal en Colombia recupera fuerza 28 de julio 2016 [en línea] [citado julio 11 de 2016] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>

¹⁶ DANE. Economía. "Empleo informal en Colombia recupera fuerza 28 de julio 2016 [en línea] [citado julio 11 de 2016] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>

¹⁷ DANE. Economía. "Empleo informal en Colombia recupera fuerza 28 de julio 2016 [en línea] [citado julio 11 de 2016] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>

Durante el segundo trimestre del año 2014, la tasa de informalidad para las trece ciudades principales se ubicó 0,5 puntos porcentuales por encima del registro del mismo periodo del año pasado, así mismo para las veintitrés ciudades principales, la tasa de informalidad se situó en 49,7%, 0,4 puntos por encima del registro un año atrás.¹⁸

La desaceleración en la generación de empleo formal, principalmente en los sectores de agricultura y actividades inmobiliarias, así como una fuerte contracción en el sector de la construcción, ha motivado cada vez a un mayor número de personas a buscar nuevas opciones de obtener ingresos.¹⁹

Oportunidades. Desde hace mucho tiempo la reparación ha sido uno de los trabajos más solicitados, debido a la gran necesidad que han tenido las personas en crear espacios y ambientes diferentes en los hogares, esto ha permitido la formación de empresas dedicadas en prestar estos servicios y poco a poco va tomando fuerza creando un impacto positivo en la transformación de los bienes e inmuebles.

Existen muchas ventajas para este negocio, como la principal es la de no necesitar un gran local para este servicio, sino solamente basta una oficina y una central telefónica. Otra ventaja es que los cobros se hacen de manera inmediata, pues al terminar la reparación puedes cobrar tus honorarios.

Se puede manejar una base de datos de los números de teléfonos de los profesionales a tu servicio, y de esta forma poder contactarlos rápidamente para

¹⁸ REVISTA DINERO. Economía. “La informalidad en Colombia recupera fuerza 26 de agosto 2015 [en línea] [citado noviembre 10 de 2015] Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/informalidad-colombia-2015/212697>

¹⁹ REVISTA DINERO. Economía. “La informalidad en Colombia recupera fuerza 26 de agosto 2015 [en línea] [citado noviembre 10 de 2015] Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/informalidad-colombia-2015/212697>

asignarles tareas a comisión. Sin duda un punto a favor de este tipo de idea de negocio es el monto mínimo de inversión ya que se puede enfocar únicamente a labores de intermediación y delegar los trabajos a los profesionales de las diferentes áreas.

Durante los últimos 10 años se ha percibido una reorganización de la pirámide poblacional en Colombia. En los estratos 1 y 2 se redujo el número de habitantes, mientras que en los estratos 3, 4 y 5 se incrementó. Un buen porcentaje de personas han mejorado sus ingresos y, en consecuencia, destinan parte de estos recursos a la transformación de sus hogares.²⁰

El sector del mejoramiento del hogar viene presentando un avance significativo desde hace algunos años, lo cual se evidencia en el incremento de ventas, en el desarrollo de categorías y productos innovadores, en el aumento de la financiación y, desde luego, en la expansión agresiva de puntos de venta especializados y grandes superficies.

El consumidor colombiano es emotivo y cada vez está más informado de las tendencias internacionales en remodelación. Son clientes que conocen lo que está de moda y, en los estratos socioeconómicos más altos, suelen contratar asesores profesionales que los guíen en los proyectos de mejoramiento del hogar. Por lo tanto, el mercado cada vez más se ve en la necesidad de ser más sofisticado e innovador, brindando valores agregados.

Se observa una concentración importante hacia la remodelación en el espacio del baño, seguida por la de la cocina y otras áreas como salas, comedores y habitaciones. Los colombianos están prefiriendo el uso de productos cerámicos y porcelánicos: formatos grandes marmolizados, planos tipo cementosos o imitación

²⁰ Ana María Estrada. Jefe de servicios de mercadeo de Corona Colceramica “Durante los últimos 10 años” [en línea][citado julio 15 2016] disponible en <http://fierros.com.co/revista/ediciones-2013/proyecciones-fierros-2013/negocio-proyecciones/sigue-la-tendencia-en-remodelacion.htm>.

de concreto y maderas (cerámicas y/o porcelánicos) que brindan sensación de calidez, especialmente las de forma de listón que son una novedad en Colombia.

Amenazas. Una de las principales desventajas es que debes de contar con un personal altamente calificado para poder brindar un buen servicio y que seas solicitado por las demás personas ya que tu principal publicidad será tu servicio. Otra desventaja es que debes saber de todo pues habrá veces que no tendrás a la persona indicada y tendrás que solucionarlo tú y no quedar mal ante los clientes.

A pesar de las desventajas expuestas esta idea cuenta con un gran potencial, especialmente si se cuenta con un grupo de contactos y especialistas que puedan cumplir con misiones de reparación en algún domicilio.

El punto de partida esta en poderse asociar y formar un equipo de trabajo responsable, el cual con el paso de los servicios será reconocido por los potenciales clientes.

Actualidad. El sector terciario o de servicios es la parte de la economía que más aporta al PIB de prácticamente todos los países del mundo, y el que más población laboral ocupa. Es también el más heterogéneo debido a que son innumerables los servicios que se pueden prestar.

En informe presentado por el Dane el 11 de Marzo de 2016 sobre el producto interno bruto (PIB) nacional señala que los servicios financieros crecieron en el último año el 4,3% y las ramas que mas se expandieron fueron comercio y hoteles en un 4,1%; construcción 3,9% y agricultura 3,3%.²¹

El sector terciario es el que se dedica a prestar servicios a personas y a

²¹PERIODICO EL TIEMPO. Economía “ Comportamiento del sector servicios en el año 2015” [en línea] [citado el 11 de Marzo de 2016] Disponible en : <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/crecimiento-economico-en-colombia-2015-por-sectores/16533751>

empresas, para que puedan dedicar su tiempo a su labor central, sin necesidad de ocuparse de realizar las tareas necesarias para la vida en una sociedad desarrollada.

En tiempos anteriores no se consideraban los servicios como un sector económico, puesto que, al contrario que la agricultura y la industria, no producía bienes materiales que intercambiar. No veían cómo, sin producir bienes, se podía aportar algo al desarrollo económico de una sociedad.

Pero el bien fundamental que produce el sector servicios es tiempo, es liberar a las personas y las empresas de realizar tareas, que son vitales para sobrevivir pero cuya satisfacción implica emplear un tiempo que no se emplea en la producción. Por ejemplo, el tendero pone al alcance de la mano los alimentos, que de otra forma sólo podríamos obtener recorriendo medio país, y andar medio país para conseguir los alimentos no nos permitiría dedicarnos a otras cosas.

El proyecto a ejecutar pertenece al sector terciario de la economía nacional, sector de Servicios trabajado en paralelo con el sector de la construcción.

Basados en el conocimiento que pueden dar 10 años de experiencia y trayectoria en el sector de las remodelaciones y el mantenimiento locativo; se puede argumentar claramente que la ciudad de Bucaramanga presenta una cultura de contratación informal para este tipo de trabajos, muy diferente a otras culturas del país; donde prefieren hacer contrataciones con empresas legalmente constituidas para la prestación de este tipo de servicios.²²

²² PERIODICO EL TIEMPO. Economía “ Comportamiento del sector servicios en el año 2015” [en línea] [citado el 11 de Marzo de 2016] Disponible en : <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/crecimiento-economico-en-colombia-2015-por-sectores/16533751>

Debido a esta premisa hoy por hoy se encuentran en la ciudad una mayor cantidad de empresas registradas enfocadas a esta actividad, empresas que en su mayoría son personas independientes que se formalizaron como personas naturales, ofreciendo servicios individualizados que anteriormente prestaban en la informalidad.

A continuación se expone un cuadro donde se analiza la tendencia de las empresas enfocadas al rubro de la construcción que se han registrado formalmente en la cámara de comercio de Bucaramanga en los últimos 5 años.

Cuadro 1. Análisis constitución de empresas en Bucaramanga²³

Variable	2011	2012	2013	2014	2015
Empresas Constituidas	10514	14264	15719	16203	73
Personas Naturales	8727	12124	13408	13675	16
Sociedades y otras jurídicas	1787	2140	2311	2528	57
Enfocadas al Sector Constructor	421	556	880	940	9
Subsector Servicios de Instalaciones	138	164	239	459	0

En el cuadro expuesto anteriormente se puede evidenciar claramente que durante los últimos 5 años se han creado en Bucaramanga 56.773 empresas, de las cuales 47.950 se registraron como persona natural y 8.823 bajo la figura jurídica.

²³ CAMARA DE COMERCIO. BUCARAMANGA. Empresas en bucaramanga. [en línea] [citado marzo de 2016] disponible en http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad-/2016/pymes_grandes.pdf

De la totalidad de empresas constituidas 2.806 se enfocaron al sector constructor y 1000 de ellas al Sub sector de instalaciones y actividades específicas relacionadas.

Con lo anterior se puede concluir que el sub sector servicios de instalaciones durante este periodo venia presentando un crecimiento sostenido, teniendo su punto mas alto en el año 2014 con 459 empresas creadas y su punto mas bajo en el año inmediatamente siguiente 2015 con ninguna empresa registradas bajo este enfoque.²⁴

También es claro que la figura persona natural, tiene mucha mas acogida entre los emprendedores santandereanos y la modalidad de sociedad u otra figura jurídica participa tan solo con un 15,54%.²⁵

Se puede evidenciar que en Bucaramanga la gran mayoría de oferentes de servicios de mano de obra, operan bajo la informalidad, pues en una ciudad de 528.269 habitantes tan solo 459 empresas registradas en los últimos dos años enfocadas a este rubro es una cantidad mínima.

Se estaría hablando de una empresa por cada 1151 habitantes, teniendo en cuenta que en su gran mayoría son empresas creadas como personas naturales es difícil que cuenten con una estructura completamente robusta para cubrir esa demanda.

²⁴ CAMARA DE COMERCIO. BUCARAMANGA. Empresas en bucamanga. [en línea] [citado marzo de 2016] disponible en http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad-/2016/pymes_grandes.pdf

²⁵ CAMARA DE COMERCIO. BUCARAMANGA. Empresas en bucamanga. [en línea] [citado marzo de 2016] disponible en http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad-/2016/pymes_grandes.pdf

Tendencia continental. A nivel Latinoamérica encontramos una franquicia que se dedica a esta labor llamada “Doctor Solución” iniciando operaciones en Colombia el 1 de Julio del 2013. La empresa es de origen Brasileiro con operaciones en 5 países incluido Colombia y se dedica a brindar reparaciones y renovaciones con servicios de albañilería, pintura, plomería y electricidad para hogares y empresas.

A diferencia de la atención que se conoce comúnmente en este tipo de casos, caracterizados por la informalidad, la empresa dice que a través de sus franquiciados ofrece garantía por los servicios, cuenta con herramientas de alta tecnología, acepta pagos con tarjetas de crédito y cuenta con un seguro de responsabilidad civil para accidentes de trabajo.

Doctor Solución abrió su tienda piloto en Bogotá el 1 de Julio de 2013 y terminó este mes con seis puntos. Su meta para final del era conseguir 90 centros de servicios y extenderse con este modelo de negocio a ciudades como Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Bucaramanga y Villavicencio.²⁶

Con franquicias que van de 30 a 100 millones de pesos llega al país Doctor Solución, un modelo que ha tenido resultados en Brasil con 600 franquicias en dos años. En Colombia en soluciones de este tipo prima la informalidad en el sector, existen también un gran número de empresas privadas registradas con esta actividad comercial y solo en ciudades como Bogotá se concentra un 45% de la oferta.²⁷

²⁶ PORTAFOLIO.CO La empresa se dedica a brindar a reparaciones y renovaciones con servicios de albañilería, pintura, plomería y electricidad para hogares y empresas. julio 01 de 2013. [en línea] [citado 22 de diciembre de 2016] Disponible en. <http://www.portafolio.co/negocios/doctor-solucion-colombia>

²⁷ PORTAFOLIO.CO La empresa se dedica a brindar a reparaciones y renovaciones con servicios de albañilería, pintura, plomería y electricidad para hogares y empresas. julio 01 de 2013. [en línea] [citado 22 de diciembre de 2016] Disponible en. <http://www.portafolio.co/negocios/doctor-solucion-colombia>

Tendencia nacional. El sector de la construcción sus cifras y tendencias apuntan a la demanda a mediano y largo plazo del servicio. Uno de los ejes programáticos del Gobierno Colombiano actual, pretende impulsar el desarrollo económico a partir de una mayor oferta de vivienda. Esta estrategia aborda la problemática del desempleo - especialmente el de la mano de obra menos calificada - la disminución del déficit habitacional y el desarrollo económico del país.

Fue a partir de los setenta, en donde el problema se abordó con un plan estratégico de nivel nacional, que intentó - no solo atender la creciente demanda de viviendas - sino de aprovechar el fenómeno en beneficio del desarrollo económico del país. Nació la consolidación del sistema de subsidio a la demanda de vivienda y recuperación del sector.²⁸

A partir de los hechos que describen la historia de la intervención estatal del sector de la vivienda durante los últimos cuarenta años, es preciso preguntarse sobre el efecto de estas políticas sobre el bienestar social del país, especialmente el que tiene que ver con las mejoras a las condiciones de habitabilidad de los colombianos. En las principales ciudades al menos el 25% de la población vivían en asentamientos rudimentarios y con deficientes sistemas de servicios públicos y de infraestructura. En las áreas rurales estas condiciones eran inferiores.²⁹

El financiamiento parece ser el elemento clave para acelerar el desarrollo de proyectos de construcción y mejoramiento de viviendas.³⁰

²⁸ LCE. Historia del sector de la construcción en Colombia: 1972-2012. [en línea] [citado 20 de diciembre de 2015] Disponible en: <http://www.leanconstructionenterprise.com/documentacion/historia-del-sector>

²⁹ LCE. Historia del sector de la construcción en Colombia: 1972-2012. [en línea] [citado 20 de diciembre de 2015] Disponible en: <http://www.leanconstructionenterprise.com/documentacion/historia-del-sector>

³⁰ BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL ARANGO. Museos y colecciones del Banco de la República Sectores económicos. [en línea] [citado 22 de diciembre de 2015] Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/eco-no53.htm>

Tendencia local. Bucaramanga está viviendo un crecimiento exponencial en su economía, el sector con mayor crecimiento fue la construcción que cerró el año 2015 con 24,5% de aumento, variación que fue superior a la calculada para las 5 principales regiones del país.³¹

El auge de la infraestructura y de las obras de edificaciones fueron claves para su buen desempeño. Esta actividad está soportada por un importante tejido empresarial que ha extendido sus negocios a una buena parte del territorio nacional.

En el primer trimestre del año 2016 las cifras del sector constructor presentaron una tendencia totalmente opuesta. Ya que Durante los tres primeros meses del 2016, el otorgamiento de licencias de construcción en Santander se mantuvo en terreno negativo.³²

De acuerdo con el más reciente informe de licencias de construcción del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, en marzo se licenciaron 43.157 m², lo que significó una disminución del 58,6% con respecto al mismo mes de 2015, cuando fueron 104.307 m².³³

Según la información del Dane, la vivienda diferente a VIS sigue jalonando el sector, ya que de los 43.157 m² licenciados en el tercer mes de 2016, el 64,3% (27.780 m²) se destinaron para vivienda de este tipo, de los cuales 22.979 m² fueron para apartamentos y 4.801 m² para casas. El 35,6% (15.377 m²) restantes

³¹ LCE. Historia del sector de la construcción en Colombia: 1972-2012. [en línea] [citado 20 de diciembre de 2015] Disponible en:

<http://www.leanconstructionenterprise.com/documentacion/historia-del-sector>

³² EL TIEMPO. Las cifras del sector constructor [en línea] [citado 1 enero 2017] Disponible en <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16784134>

³³ VANGUARDIA LIBERAL. En el primer trimestre del año 2016 las cifras del sector constructor presentaron una tendencia totalmente opuesta. [en línea][citado Miércoles 18 de Mayo de 2016]Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/358822-licencias-de-construccion-en-santander-siguen-en-numeros-rojos>

se distribuyeron en industria, bodegas, comercio, hotelería, educación, hospitales y obras sociales³⁴.

Bucaramanga sigue presentando una dinámica estable en la compra y venta de apartamentos; los proyectos de apartamentos nuevos de estrato 3-4-5 siguen liderando la oferta.

La tendencia de crecimiento y expansión de la actividad inmobiliaria en el área metropolitana de Bucaramanga y principales municipios de Santander continúa.

Así lo refleja las 5.693 transacciones de finca raíz realizadas en el primer trimestre de 2011, con un valor 529.183 millones de pesos; y cuyo incremento con respecto el año anterior fue del 3.34% en el número de operaciones y del 14.22% en el valor de las transacciones.³⁵

Las ventas de inmuebles alcanzaron 5.594 negociaciones, las cuales ascendieron a 526.456 millones de pesos, y cuyo aumento con respecto al primer trimestre del año anterior fue del 3.31% en el número de ventas y del 14.52% en el valor registrado de las negociaciones. Los remates registraron 87 operaciones, que corresponde a 2.370 millones de pesos, cuyo aumento presentado con el año anterior fue del 2.35% en el número de operaciones y una disminución de 22,17% en el valor de estas transacciones.³⁶

Las permutas realizadas fueron de 12 transacciones, que contabilizaron la suma de 357 millones de pesos, con una variación con respecto al mismo periodo del

³⁴VANGUARDIA LIBERAL. En el primer trimestre del año 2016 las cifras del sector constructor presentaron una tendencia totalmente opuesta. [en línea][citado Miércoles 18 de Mayo de 2016]Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/358822-licencias-de-construccion-en-santander-siguen-en-numeros-rojos>

³⁵ BUY COLOMBIA. La tendencia. [en línea] [citado 26 julio 2011] Disponible en <http://blog.buycolombiarealty.com/2011/07/situacion-mercado-inmobiliario-en.html>

³⁶ BUY COLOMBIA. La tendencia. [en línea] [citado 26 julio 2011] Disponible en <http://blog.buycolombiarealty.com/2011/07/situacion-mercado-inmobiliario-en.html>

año anterior del 33.33% más en el número de operaciones y una reducción del 38,77% en el valor de las negociaciones registradas. Los créditos hipotecarios estuvieron en el primer trimestre del año en el orden de 1.839, presentado una disminución con respecto al año 2010, del 0.86%.³⁷

Los embargos contabilizados fueron de 1.231, presentado una disminución del 23.64%,³⁸ indicando un buen comportamiento de la cartera, correspondiente a los créditos garantizados con inmuebles.

En este orden de ideas se puede decir que la construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, lo que permite a los expertos hablar de un futuro positivo para este importante sector de la economía santandereana, que impulsa cada vez más a que estos municipios se consolidan como grandes ciudades del país.

No cabe duda de que los últimos años han sido muy buenos para la construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana. Testigo de esto son las grandes obras que se han levantado y las que se vienen ejecutando, trayendo consigo importantes cifras de inversión, empleo y desarrollo.³⁹

³⁷ ICER. Informe de Coyuntura Económica Regional. Departamento de Santander. 2012. [en línea] [citado 23 de diciembre de 2015] Disponible en: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/icer_santander_2012.pdf

³⁸ BUY COLOMBIA. La tendencia. [en línea] [citado 26 julio 2011] Disponible en <http://blog.buycolombiarealty.com/2011/07/situacion-mercado-inmobiliario-en.html>

³⁹ CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal.[en línea] [citado 06 de enero de 2016] disponible en: . <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga, capital del Departamento, se ubica al nordeste del país, sobre la cordillera oriental a orillas del río de Oro. Limita al norte con Rio Negro, al oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; al sur con Floridablanca y al occidente con Girón. Posee vías de comunicación con las principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cúcuta y la región Caribe.⁴⁰

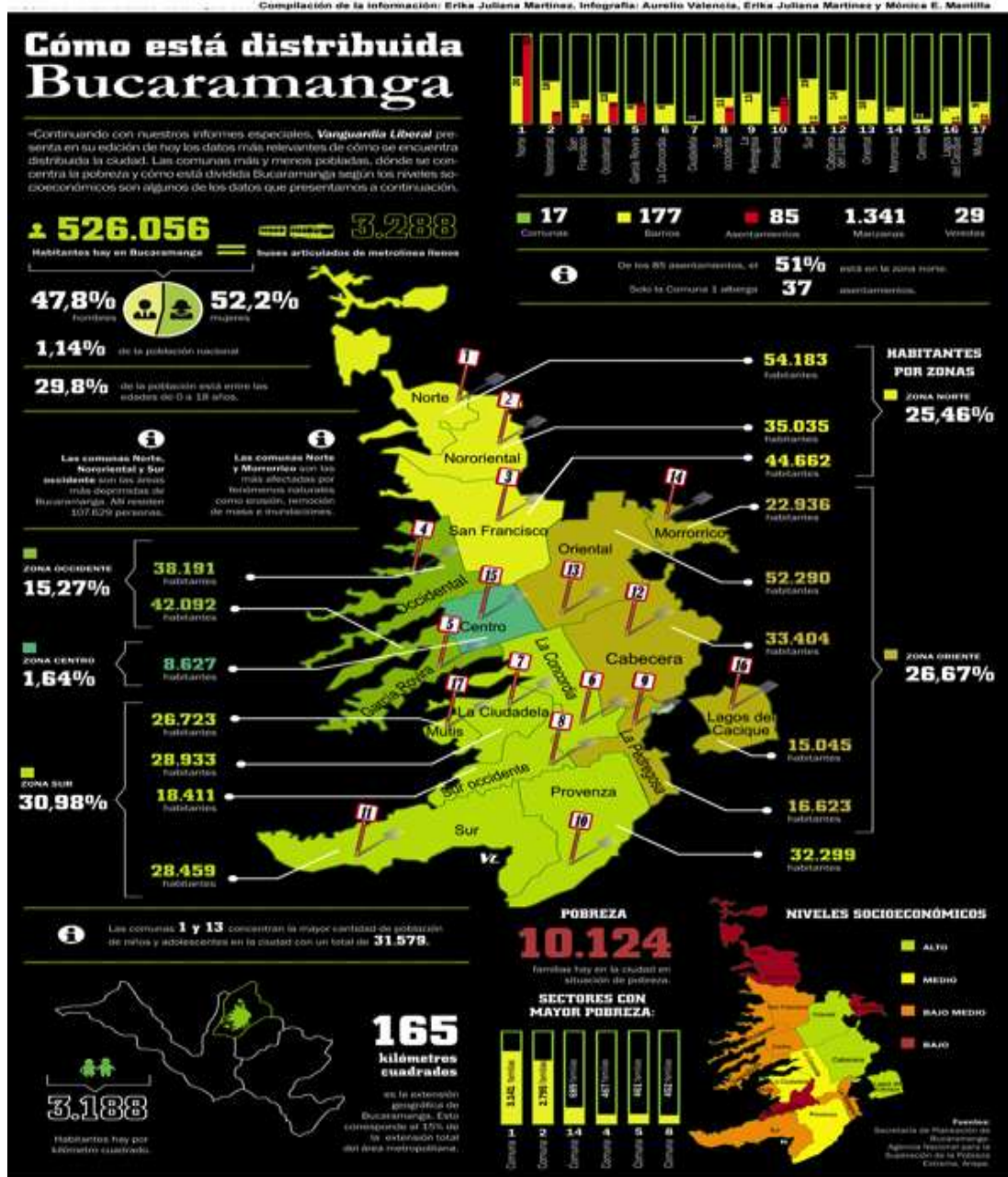
El municipio fue fundado el 22 de Diciembre de 1622 por Miguel Trujillo y el capitán Andrés Páez de Sotomayor; es una ciudad que se divide en 17 comunas, donde cada comuna incluye barrios, asentamientos, urbanizaciones y otros sectores con población flotante. Las comunas del área urbana contienen 1.341 manzanas y existen alrededor de 200 barrios.

La zona rural está compuesta por tres corregimientos que a su vez se dividen en 25 veredas, posee una extensión de 165 Km², sus pisos térmicos preponderantes son cálido (55 Km²) y medio (100 Km²). Los ríos principales de Bucaramanga son el río de Oro y río Surata, y las quebradas de La Flora, Tona, La Iglesia, Quebrada Seca, Cacique, El Horno, San Isidro, Las Navas y La Rosita.⁴¹

⁴⁰ BUCARAMANGA.GOV. .Datos Generales [en línea] [citado 22 de noviembre de 2015] Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

⁴¹ BUCARAMANGA.GOV. .Datos Generales [en línea] [citado 22 de noviembre de 2015] Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

Figura 1. Distribución Territorial. Distribución Territorial Municipio de Comunas y Número de habitantes. Bucaramanga⁴²



⁴²Vanguardia Liberal. Como está distribuida en cifras Bucaramanga. Agosto 22 de 2012. [en línea] [citado 10 de enero de 2016] Disponible en: <http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/infografia-170668-como-esta-distribuida-en-cifras-bucaramanga>

Economía de Bucaramanga

De acuerdo al último censo, Bucaramanga posee una población de 509.918 habitantes, distribuidos principalmente en los estratos tres y cuatro, lo que evidencia un mediano poder adquisitivo en la ciudad.

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.

La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México.⁴³

Proyectos de expansión

Bucaramanga, está rodeada de montañas lo cual ha obligado a que muchos barrios están situados en lugares montañosos. La ciudad ha crecido considerablemente en los últimos años, siendo ejemplo de progreso; sin embargo ante la escasez de terrenos para que la ciudad se expanda se han iniciado construcciones de edificios con alturas importantes para el sector de la vivienda y la construcción de oficinas.

⁴³ ALCALDIA DE BUCARAMANGA .COM. Datos Generales [en línea] disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

Los edificios más altos se encuentran en el oriente de la ciudad, más específicamente en cabecera del llano en donde se encuentran apartamentos residenciales de 20 a 28 pisos, pero recientemente se están construyendo en otros sectores de la ciudad como en la Ciudadela Real de Minas, Lagos del cacique el sector de la Flora, y en el sector de la autopista Bucaramanga - Floridablanca además del sector de Cañaveral en Floridablanca.⁴⁴

El área municipal es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m y sus pisos térmicos se distribuyen en: cálido 55 kilómetros cuadrados: medio 100 kilómetros cuadrados y frío 10 kilómetros cuadrados.

Su temperatura media es 23°C y su precipitación media anual es de 1.041 mm. La topografía de Bucaramanga es en promedio un 15% plana, 30% ondulada y el restante 55% es quebrada. Tres grandes cerros se destacan a lo largo del territorio: Morrórico, Alto de San José y El Cacique.⁴⁵

Durante los últimos años se han Construido edificios de más de 15 pisos y últimamente en los sectores de la autopista Bucaramanga-Floridablanca desde Provenza hasta cañaveral se ha desarrollado gran cantidad de edificios que superan los 22 pisos.

Hay otros sectores donde aún se ven viviendas de 1 y 2 pisos, casas construidas en los años 60 y 70 más que todo en los barrios de estratos 1 al 4.

La arquitectura de Bucaramanga ha crecido en los últimos años como tal, teniendo muchos sitios residenciales; en especial una gran cantidad de edificios, siendo así

⁴⁴BUCARAMANGA.GOV. Datos Generales. [en línea] [citado 23 de diciembre de 2015] Disponible en:

<http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

⁴⁵BUCARAMANGA.GOV. .Datos Generales [en línea] [citado 22 de noviembre de 2015] Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

la cuarta ciudad con más construcciones de Colombia (superando a Barranquilla).⁴⁶

Esta también se hace presente en las clínicas como lo es la clínica Carlos Ardila lulle" ubicada en Floridablanca, una de las más grandes del país con seis grandes edificios cada uno con más de diez pisos.

- **Plan Piloto de renovación urbana La Concordia.** El Plan tiene por objeto promover el desarrollo de una pieza urbana central del Área Metropolitana de Bucaramanga, con énfasis en la oferta masiva de vivienda dirigida a la población de estrato socioeconómico medio. Cubre un territorio de 14.27 hectáreas en 18 manzanas de espacio predial privado y representa el 7% del total de área identificada en el POT como área de renovación urbana.⁴⁷

El sector posee excelentes condiciones de localización central, infraestructura completa de plan vial arterial y dotación de servicios públicos. Presenta muy baja utilización del suelo, alto deterioro ambiental, obsolescencia urbana y conflicto funcional por mezcla de usos compatibles (vivienda, talleres, depósitos y bodegaje).

Una primera aproximación al desarrollo del sector nos permite afirmar que en 7.10 hectáreas de espacio predial privado se podrían generar 3.000 apartamentos en edificios multifamiliares de 12 pisos y 76.000 metros cuadrados de zona empresarial. Existe interés del sector privado para adelantar el proyecto teniendo

⁴⁶ ICER. Informe de Coyuntura Económica Regional. Departamento de Santander. 2012. [en línea] [citado 23 de diciembre de 2015] Disponible en: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/-pdf/icer_santander_2012.pdf

⁴⁷ CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal.[en línea] [citado 06 de enero de 2016] disponible en: <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

en cuenta los estudios hasta ahora adelantados por la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

- **Plan Centro.** El acelerado deterioro del Centro de la ciudad requiere de la actuación inmediata de la Administración con el propósito de recuperar espacios tradicionales y aprovechar equipamientos de la mayor importancia para los habitantes por su valor histórico y arquitectónico. En ese orden de ideas, la Administración propone la culminación de la restauración del Centro Cultural del Oriente, antiguo Colegio El Pilar y sede de la Asamblea Departamental, la adquisición y puesta en funcionamiento, mediante la conformación de una Fundación para el efecto del Teatro Santander y la articulación de tres parques de la ciudad, el parque Santander, parque Centenario y el parque Antonia Santos.
- **Plan parcial barrio Gaitán.** Las dificultades de Bucaramanga en materia de oferta de terrenos para vivienda de interés social es evidente y el desarrollo desordenado de viviendas en sectores de amenaza por fenómenos de remoción en masa o de inundación, hacen imperativo que la municipalidad promueva proyectos, con la intervención de las empresas de servicios públicos en sectores urbanos con el fin de atender la demanda de Vivienda de Interés Social.

De esta manera y teniendo en cuenta la posibilidad de conectar a la Meseta de Bucaramanga, mediante un cable, con el Parque Industrial y el Aeropuerto Palonegro, se han identificado 16 manzanas, hoy dedicadas a actividades comerciales y de talleres para que puedan atender la demanda de vivienda de estratos 1 y 2.⁴⁸

⁴⁸ CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal.[en línea] [citado 06 de enero de 2016] disponible en: . <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

- **Plan parcial de renovación urbana “San Francisco”** Igualmente se contempla el Plan parcial de renovación urbana en el sector de San Francisco, para lo cual se adelantarán los estudios respectivos a cargo del municipio de Bucaramanga.

Proyecto Parque Comunero El proyecto Parque Comunero se encuentra enmarcado en la renovación urbana y no requiere de plan parcial; es una iniciativa que la promueve el INVISBU (Instituto de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana del Municipio de Bucaramanga), que plantea construir vivienda de interés prioritario VIP, como lo ratificó la Directora del INVISBU Silvia Johanna Camargo Gutiérrez.

Se encuentra ubicado dentro del área urbana de la ciudad de Bucaramanga conectado con la vía principal norte sur, carrera 15 - autopista Floridablanca cuya intervención se localiza entre los barrios Chapinero y Comunero con un total de 9 manzanas que representan un área de 52.612 m².

Debido a que no hay un diseño arquitectónico definitivo de las viviendas se plantean aproximadamente 3600 apartamentos; ya que se encuentra en una convocatoria para las escuelas de Arquitectura del país con el fin de elegir el mejor diseño.

La Directora del INVISBU anunció “todo lo hemos concebido basados en el Plan de Ordenamiento Territorial, cumpliendo con todos los lineamientos, pues luego de un estudio de 300 hectáreas en la ciudad sólo encontramos viabilidad para el proyecto en cinco hectáreas del barrio Chapinero.

Se concluye que, el barrio Chapinero ha tenido transformaciones drásticas que con el paso de los años, se ha presentado un deterioro considerable en las

costumbres del sector, por lo que la calidad de patrimonio cultural se ha perdido y ahora es un sector que requiere una transformación urbanística de fondo.⁴⁹

De acuerdo a las gestiones del gobierno local, el Alcalde de Bucaramanga sostuvo que obras como el sector de chapinero hacen parte de las estrategias de modernización que están implementando las grandes ciudades del mundo, adicional a esto expresa lo siguiente:

“No podemos habilitar por ejemplo 3.000 hectáreas de tierra desde Vijagual hasta Rionegro porque no hay dinero suficiente para llevar servicios públicos hasta allá, en vez de esto, nuestra solución es seguir el ejemplo de las ciudades modernas, las cuales están tomando sectores deprimidos para declararlos bienes de utilidad pública y diseñar ciudades verticales”

Esto da a entender que la renovación urbana puede ser viable económicamente porque se tiene la infraestructura de servicios públicos y vial adicional logra darle una mejor cara a la ciudad en sectores subnormales.

1.3 ASPECTOS LEGALES

- **Ley 100 de 1993:**⁵⁰ Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.

El sistema de seguridad social integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una

⁴⁹ CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal.[en línea] [citado 06 de enero de 2016] disponible en: . <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

⁵⁰ ALCALDÍA DE BOGOTÁ. Ley 100 de 1993 por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.[en línea] [citado el 23 de diciembre de 1993] disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5248>

calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica, de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad.

- **Constitución política de Colombia 1991.** ⁵¹El pueblo de Colombia en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente
- **Código Sustantivo de Trabajo.** ⁵²Adoptado por el Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 "Sobre Código Sustantivo del Trabajo", publicado en el Diario Oficial No 27.407 del 9 de septiembre de 1950, en virtud del Estado de Sitio promulgado por el Decreto Extraordinario No 3518 de 1949.

NOTA: La expresión "patrono" se entiende reemplazada por el término "empleador", de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 107 de la Ley 50 de 1990

ARTICULO 1o. OBJETO. La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de

⁵¹ PROCURADURIA.Constitucion politica de colombia. [en línea] [citado colombia 19791] disponible en https://www.procuraduria.gov.co/guiamp/media/file/Macroproceso%20Disciplinario/Constitucion-Politica_de_Colombia.htm.

⁵² ALCALDÍA DE BOGOTÁ . Adoptado por el decreto ley 2663 [en línea] [citado el 5 de agosto de 1950] disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

Artículos 22 al 75 código sustantivo de trabajo: Contratación de personal

Artículo 45 código sustantivo de trabajo: Contrato de obra o labor pactada

- **PUC (Plan Unico de Cuentas) Decreto 2650 de 1993.**⁵³

ARTICULO 1º OBJETIVO. El Plan Unico de Cuentas busca la uniformidad en el registro de las operaciones económicas realizadas por los comerciantes con el fin de permitir la transparencia de la información contable y por consiguiente, su claridad, confiabilidad y comparabilidad.

- **Código de Comercio DECRETO 410 DE 1971**⁵⁴

ARTÍCULO 1o. APLICABILIDAD DE LA LEY COMERCIAL. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.

- **(Art. 10, Decreto 1469 de 2010).**⁵⁵ **Definición y normas sector Reparaciones Locativas.** Definición: Se entiende por reparaciones o mejoras locativas aquellas obras que tienen como finalidad mantener el inmueble en las debidas condiciones de higiene y ornato sin afectar su estructura portante, su distribución interior, sus características funcionales, formales y/o volumétricas."

Están incluidas dentro de las reparaciones locativas, entre otras, las siguientes obras: el mantenimiento, la sustitución, restitución o mejoramiento de los materiales de pisos, cielorrasos, enchapes, pintura en general, y la sustitución,

⁵³ INCP. Busca la uniformidad en el registro de las operaciones. [en línea] [citado 2017] disponible en <http://incp.org.co/Site/2012/legislativa/2650.pdf>

⁵⁴ ALCALDIA DE BOGOTÁ. Los comerciantes y asuntos mercantiles. [en línea] [citado 27 de marzo de 1971] disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

⁵⁵ LICENCIAS CURADURÍA.. Reparaciones Locativas. Bogotá D.C., Colombia. 2012. [en línea] [citado 22 de enero de 2016] Disponible en: http://licenciascuraduria.com/1_15_Reparaciones-Locativas.html

mejoramiento o ampliación de redes de instalaciones hidráulicas, sanitarias, eléctricas, telefónicas o de gas. Sin perjuicio de lo anterior, quien ejecuta la obra se hace responsable de:

Cumplir con los reglamentos establecidos para la propiedad horizontal y las normas que regulan los servicios públicos domiciliarios.

Prevenir daños que se puedan ocasionar a terceros y en caso de que se presenten, responder de conformidad con las normas civiles que regulan la materia.

Cumplir con los procedimientos previos, requisitos y normas aplicables a los inmuebles de conservación histórica, arquitectónica o bienes de interés cultural.

IMPORTANTE: No requerirán licencia de construcción las reparaciones o mejoras locativas a que hace referencia el artículo 8° de la Ley 810 de 2003 o la norma que lo adicione, modifique o sustituya.

- **Decreto 1469 de 2010 Artículo 10.** Reparaciones locativas. Se entiende por reparaciones o mejoras locativas aquellas obras que tienen como finalidad mantener el inmueble en las debidas condiciones de higiene y ornato sin afectar su estructura portante, su distribución interior, sus características funcionales, formales y/o volumétricas.

No requerirán licencia de construcción las reparaciones o mejoras locativas a que hace referencia el artículo 8 de la Ley 810 de 2003 o la norma que lo adicione, modifique o sustituya.⁵⁶

- **Ley de Emprendimiento 1014 DE 2006 Artículo 2°.** Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:⁵⁷

⁵⁶ CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 810 de 2003. (Junio 13). Por medio de la cual se modifica la Ley 388 de 1997 en materia de sanciones urbanísticas y algunas actuaciones de los curadores urbanos y se dictan otras disposiciones. [en línea] [citado 15 de febrero de 2016] disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8610>

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

- **LEY 24.467 - ley de pequeñas y medianas empresas. Art. 1º** -- La presente ley tiene por objeto promover el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas impulsando para ello políticas de alcance general a través de la creación de nuevos instrumentos de apoyo y la consolidación de los ya existentes.⁵⁸
- **Ley 1780 del 2 de mayo de 2016.**⁵⁹ Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado del trabajo y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 1607 de 2012 y Decreto 862 de 2013**⁶⁰: Exoneración Aportes parafiscales
- **Ley 1562 del 11 julio del 2012**⁶¹: Modificación sistema de Riesgos Laborales Y disposiciones en materia de salud ocupacional.
- **Resolución 1409 de 2012**⁶² : Trabajo en alturas
- **Ley 400 de 1997**⁶³ : Normas sobre construcciones sismo resistentes

⁵⁷ CONGRESO DE LA REPUBLICA.. ley 1014 de 2006(enero 26) La presente ley tiene por objeto.[en línea] [citado Diario Oficial 46164 de enero 27 de 2006] disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>

⁵⁸ CONGRESO DE LA REPUBLICA.. LEY 24.467 - ley de pequeñas y medianas empresas. Art. 1º La presente ley tiene por objeto promover el crecimiento y desarrollo[en línea]citado Diario Oficial 46164 de enero 27 de 2006] disponible en: <http://www.econ.uba.ar/servicios/cepymece/24467.htm>

⁵⁹ NORMATIVIDAD. Por medio de la cual se promueve el empleo. [En línea] [citado el 2 de mayo de 2016]. Disponible <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201780%20DEL%2002%20DE%20MAYO%20DE%202016.pdf>.

⁶⁰ ALCALDÍA DE BOGOTÁ. Exoneracion Ley 1607 de 2012 y Decreto 862 de 2013 [en línea] [citado en abril 26] disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/-Norma1.jsp?i=52947>

⁶¹ MINTRABAJO. Modificacion sistema de riesgos laborales [en línea] [citado en abril 11 de 2012] disponible <http://mintrabajo.gov.co/normatividad-julio-leyes-2012.html>

⁶²SURA. trabajo en alturas [en línea] [citado julio 23 de 2012] disponible en https://www.arlsura.com/files/res1409_2012.pdf

- Normas tributarias

Cuadro 2. Consideraciones tributarias ⁶⁴

IMPUESTO	DEFINICIÓN	TARIFA
Renta y Ganancia Ocasional	El impuesto sobre la renta tiene cubrimiento nacional y grava las utilidades derivadas de las operaciones ordinarias de la empresa.	Impuesto de renta: 25%
	El impuesto de ganancia ocasional es complementario al impuesto sobre la renta y grava las ganancias derivadas de actividades no contempladas en las operaciones ordinarias.	Ganancia Ocasional: 10%
Impuesto sobre la Renta para la Equidad (CREE)	El CREE es un impuesto de carácter nacional y consiste en un aporte de las personas jurídicas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo, y la inversión social.	9% (Debe tenerse en cuenta que en adición al impuesto de renta general, existe un impuesto similar denominado "Impuesto sobre la renta para la equidad" (CREE) el cual tiene una tarifa de 9%. Debe tenerse en cuenta también que desde el 1 de enero de 2015, será aplicable una sobretasa del CREE del 5% adicional, el cual irá incrementando cada año hasta llegar al 9% en el 2018. 9
	El CREE se aplica sobre los ingresos que sean susceptibles de incrementar el patrimonio de las empresas. Este impuesto reemplazó algunas contribuciones sociales basadas en la nómina.	
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Es un impuesto indirecto nacional sobre la prestación de servicios y venta e importación de bienes.	Tres tarifas según el bien o servicio: 0%, 5% y 16%
Impuesto al consumo	Impuesto indirecto que grava los sectores de vehículos, telecomunicaciones, comidas y bebidas.	4%, 8% y 16%
Impuesto a las Transacciones Financieras	Impuesto aplicado a cada transacción destinada a retirar fondos de cuentas corrientes, ahorros y cheques de gerencia.	0,4% por operación.
Impuesto de Industria y Comercio	Impuesto aplicado a las actividades industriales, comerciales o de servicios realizadas en la jurisdicción de una municipalidad o distrito, por un contribuyente con o sin establecimiento comercial, Se cobra y administra por las municipalidades o distritos correspondientes.	Entre 0,2% y 1,4% de los ingresos de la compañía.
Impuesto Predial	Impuesto que grava anualmente el derecho de propiedad, usufructo o posesión de un bien inmueble localizado en Colombia, que es cobrado y administrado por las municipalidades o distritos donde se ubica el inmueble.	Entre 0,3% a 3,3%.

⁶³ ALCALDÍA DE BOGOTÁ Ley 400 de 1997. [en línea] [citado agosto 19 de 1997] <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=336>

⁶⁴ Dian. Sistema Tributario Colombiano. [en línea] disponible en <http://www.dian.gov.co/descargas/servicios/OEE-Documentos/Estudios/Tributacionycompetitividad.pdf>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General.

Realizar un estudio de mercados que permita recolectar información de análisis para cada una de las variables que influyen en la toma de decisiones desde el punto de vista de mercadeo relacionadas en la creación de una empresa prestadora de servicios integrales de remodelación y mantenimiento para los hogares de estrato 3,4,5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga, que determine la demanda, mercado potencial, mercado objetivo, competencia, canales de comercialización, precios, publicidad y promoción del servicio, determinando su viabilidad comercial.

2.1.2 Objetivos Específicos.

- Definir de forma clara y precisa el servicio de remodelaciones y mantenimiento, teniendo en cuenta las necesidades puntuales que se quieren suplir, la cobertura y el alcance que puede llegar a tener para de esta manera consolidar una solución eficiente y oportuna en el mercado.
- Determinar el nivel de aceptación del servicio integral de remodelaciones y mantenimiento locativo en los estratos 3,4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, identificando el mercado potencial y objetivo al cual le deben apuntar las diferentes estrategias implementadas por la nueva empresa.
- Cuantificar la demanda total y efectiva del servicio integral de remodelaciones y mantenimiento locativo, mediante la recolección de información primaria (encuestas) y secundarias (fuentes bibliográficas), conociendo de esta forma la

oportunidad y participación que puede llegar a tener el servicio en el mercado del municipio Bucaramanga.

- Realizar un análisis sobre la oferta actual que existe en el mercado acerca de los servicios de remodelación y mantenimiento para el hogar, mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de la competencia y así evaluar el nivel de participación en el mercado objetivo de la nueva empresa.
- Identificar el canal de distribución más adecuado para la prestación de los servicios de remodelación y mantenimiento, mediante una implementación innovadora de los canales actualmente empleados en la comercialización de este tipo de portafolios.
- Definir los canales de distribución más adecuados para la comercialización de los servicios integrales de remodelaciones y mantenimiento locativo mediante un análisis al detalle de los canales existentes para de esta manera determinar el medio más apropiado para llegar a los clientes.
- Realizar un análisis detallado de los precios que maneja la competencia en la prestación del servicio de remodelaciones y mantenimiento locativo en la ciudad de Bucaramanga, por medio de la técnica del benchmarking con el fin de contar con material necesario para poder fijar la estrategia de precios más adecuada para salir al mercado.
- Diseñar un plan publicitario y promocional mediante el análisis de los medios más utilizados por los clientes potenciales a la hora de buscar un técnico - profesional idóneo para realizar un trabajo de remodelación, reparación y/o mantenimiento locativo en el Hogar, lo cual le permite a la nueva empresa darse a conocer y empezar a posicionarse en el mercado.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición.

El servicio integral de remodelaciones y mantenimiento locativo consiste en crear una solución profesional, de carácter integral, que genere confianza y respaldo para los usuarios a la hora de querer renovar sus espacios en el hogar, la oficina o la empresa.

Los servicios a prestar están divididos en dos grupos:

- Grupo Remodelaciones
- Grupo Mantenimiento Locativo

Cada uno de ellos conformado por las siguientes especialidades las cuales dependiendo el servicio se le asignara su unidad de medida.

Cuadro 3. Grupo de servicio.

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO
	Remodelación de Cocina	PROYECTO
	Instalación de Pisos ceramica	M2
	Construcción liviana	M2
	Albañilería	M2
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomería	SERVICIO
	Electricidad	SERVICIO
	Aplicación de Pintura	M2
	Jardinería	HORA
	Instalaciones Standart	SERVICIO

2.2.2 Especificaciones.

El servicio tendrá las siguientes especificaciones :

- **Contacto presencial y en línea** El proyecto pondrá a disposición de sus

clientes una oficina donde podrán recibir atención personalizada de forma presencial, de igual forma se contará con una página de internet donde los clientes podrán navegar y conocer acerca del portafolio de servicios, forma de operación y agendamiento.

En este ítem se contempla para una segunda fase del proyecto la creación de una aplicación para plataformas Android y IOS donde los clientes podrán interactuar de forma directa con la nueva empresa en tiempo real.

- **Horarios de atención:**

Punto de contacto presencial:

Lunes a Sabado : De 8 am a 5 pm jornada continua

Domingos y festivos : 8 am a 12 m

En línea : 24 horas al día, los 7 días a la semana.

Nota. Se contará con una modalidad llamada “Soluciones al Instante” enfocada en aquellos servicios que no dan espera, surgen de manera imprevista y ameritan una solución inmediata.

2.2.2.1 Grupo Remodelaciones

- **Remodelación de Baño.** Demolición e instalación de cerámica en pisos y paredes, cambio de batería sanitaria, muebles de baño, registro de ducha, espejo, accesorios de baño, puerta de acceso y división de ducha.

Figura 2. Remodelación de Baño ⁶⁵



Fuente. GOOGLE. Remodelación de Baño [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]
Disponibile en: <https://www.google.com.co/search?q=remodelacion+de+baños&biw>

- **Remodelación de cocina.** Demolición e instalación de cerámica en pisos y paredes, adecuación muros y puntos hidráulicos, eléctricos y de gas, diseño distribución de muebles de cocina, instalación de gasodomésticos y griferías.

Figura 3. Remodelación de Cocina ⁶⁶



Fuente: GOOGLE. Remodelación de Cocina [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]
Disponibile en: <https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+cocinas&biw>

⁶⁵ Fuente. GOOGLE. Remodelación de Baño [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=remodelacion+de+baños&biw>

⁶⁶ Fuente. GOOGLE. Remodelación de Cocina [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+cocinas&biw>

- **Remodelación de Pisos.** Demolición, alistado de superficie, nivelación, mortero e instalación de piso cerámico, ⁶⁷porcelanato, y laminado.

Figura 4. Pisos Cerámicos⁴³



Fuente: GOOGLE Remodelación de Piso en cerámica [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+porcelanato &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+porcelanato&biw)

Figura 5. Remodelación de Pisos Porcelanato⁶⁸



Fuente: GOOGLE Remodelación de Pisos en porcelanato. [en línea] [Citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados&biw)

⁶⁷ Fuente: GOOGLE Remodelación de Piso en cerámica [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+porcelanato &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+porcelanato&biw)

⁶⁸ Fuente: GOOGLE Remodelación de Pisos en porcelanato. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados&biw)

Figura 6. Remodelación de Pisos Laminado⁶⁹



Fuente: GOOGLE Remodelación de Pisos Laminado. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados&biw)

- **Construcción liviana.** Levantamiento de estructura metálica para muros y cielo raso en Drywal y superboard, instalación, aplicación de masilla, pintura y distribución de balas.

Figura 7. Construcción Liviana en estructura⁷⁰



Fuente: GOOGLE Construcción Liviana en estructura [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=construccion+liviana&biw>

⁶⁹ Fuente: GOOGLE Remodelación de Pisos Laminado. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados&biw)

⁷⁰ Fuente: GOOGLE Construcción Liviana en estructura [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=construccion+liviana&biw>

Figura 8. Construcción Liviana en terminación ⁷¹



Fuente: GOOGLE Construcción Liviana en terminación [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=construccion+liviana>

- **Servicio de Albañilería.** ⁷²Construcción de nuevos espacios a mediana escala, utilizando ladrillos, cemento, arena entre otros.

Figura 9. Servicio de Albañilería.



Fuente: GOOGLE Servicio de Albañilería. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=albañileria&biw=1242&bih=585&source>

⁷¹ Fuente: GOOGLE Construcción Liviana en terminación [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=construccion+liviana>

⁷² Fuente: GOOGLE Servicio de Albañilería. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=albañileria&biw=1242&bih=585&source>

2.2.2.2 Grupo Mantenimiento locativo

- **Servicio de Plomería.** Instalaciones y reparaciones de redes sanitarias e hidráulicas en tubería de pvc y galvanizada; mantenimiento de griferías y servicio de plomería en general.

Figura 10. Servicio de Plomería.⁷³

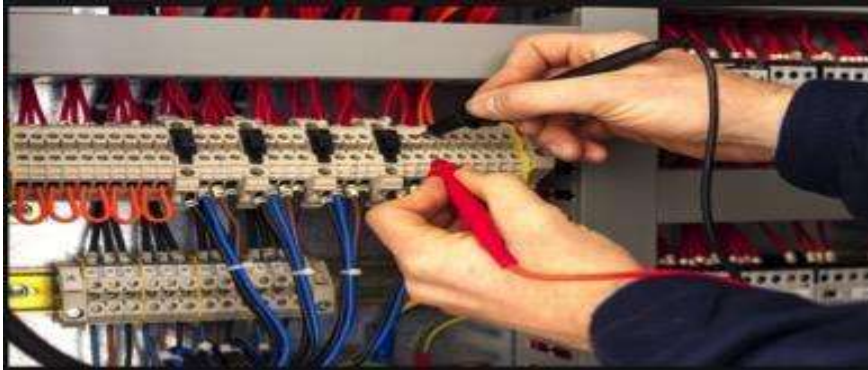


Fuente: GOOGLE Servicio de Plomería. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=plomeria &biw=1242&bih](https://www.google.com.co/search?q=plomeria&biw=1242&bih)

- **Servicio de Electricidad.** Instalación y distribución de circuitos eléctricos domésticos, creación, adecuación de puntos e instalación de artefactos eléctricos para el hogar.

⁷³ Fuente: GOOGLE Servicio de Plomería. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=plomeria &biw=1242&bih](https://www.google.com.co/search?q=plomeria&biw=1242&bih)

Figura 11. Servicio de Electricidad.⁷⁴



Fuente: GOOGLE. Servicio de Electricidad. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]
Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=electricidad&biw=1242&bih>

- **Servicio de Pintura.** Acondicionamiento de área, preparación de superficie y aplicación de pintura en muros y placas.

Figura 12. Servicio de Pintura⁷⁵



Fuente: GOOGLE. Servicio de Pintura. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]
Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=pintura&biw=1242&bih>

⁷⁴ Fuente: GOOGLE. Servicio de Electricidad. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=electricidad&biw=1242&bih>

⁷⁵ Fuente: GOOGLE. Servicio de Pintura. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=pintura&biw=1242&bih>

- **Servicio de Jardinería.** Diseño, creación, mantenimiento y conservación de jardines residenciales.

Figura 13. Servicio de Jardinería.⁷⁶



Fuente: GOOGLE. Servicio de Jardinería.. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]
 Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=jardineria&biw>

- **Servicio de Instalaciones Standard.** Armado, e instalación de muebles, cortinas, persianas, puertas, ventanas, soportes, repisas, tendederos y enseres de varios del hogar

⁷⁶ Fuente: GOOGLE. Servicio de Jardinería.. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=jardineria&biw>

Figura 14. Servicio de instalaciones Standard.⁷⁷



Fuente: GOOGLE. Servicio de instalaciones Standard.. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en <https://www.google.com.co/search?q=servicios+de+instalaciones&biw>

2.2.3 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

Los atributos diferenciadores del servicio vs la competencia son:

- **Horarios:** Se enfoca en alcanzar una cobertura que garantice la disposición de cara al cliente en franjas del día (como al medio día), días domingos y festivos, espacios ideales donde no es común encontrar profesionales disponibles para este tipo de servicios; de igual forma espacios ideales para aquellos clientes que disponen de muy poco tiempo por diferentes temas laborales o de estudio.
- **Personal idóneo:** el proyecto está enfocado en poder ofrecerle a los clientes una solución que satisfaga completamente sus necesidades de Asesoría y ejecución en todas aquellas actividades concernientes a adecuación locativas, mantenimiento y remodelación.

⁷⁷ Fuente: GOOGLE. Servicio de instalaciones Standard.. [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponiblen <https://www.google.com.co/search?q=servicios+de+instalaciones&biw>

Para ello cuenta con especialistas certificados en cada actividad, quienes garantizaran un trabajo profesional y con garantía por un año y medio en mano de obra , es decir en el proyecto se tendrá clasificado el personal según sus competencias, experiencia y experticia necesaria para garantizar un trabajo con estándares de calidad. (Albañiles, Plomeros, Gasistas, Electricistas, Pintores, jardineros, instaladores entre otros.)

El factor innovador en personal idóneo al que le apunta el proyecto es lograr consolidar una cuadrilla de trabajo con un perfil 100% enfocado al cliente, no solo que sea excelente en el saber hacer de su especialidad sino que de igual forma tenga la estructura el molde y la capacitación necesaria para asesorar, guiar y orientar al cliente en el proyecto que desea hacer realidad.

- **Disponibilidad:** La capacidad instalada de especialistas para la ejecución del servicio garantiza poder atender de manera oportuna los requerimientos de la demanda calculada.

El factor innovador de la Disponibilidad está enfocado en poder atender aquellos servicios que surgen en horarios imprevistos y necesitan de una solución inmediata, factor que se proyectará como una gran fortaleza para el presente proyecto con el servicio “Soluciones al Instante”.

- **Servicio integral:** El proyecto ofrece un servicio integral al momento de tener la capacidad de ofrecer soluciones en diferentes frentes de las actividades de la remodelación y el mantenimiento del hogar. Es decir; se es integral cuando se está ejecutando por ejemplo, el servicio de remodelación de cocina y se cuenta con el especialista, en diseño, gas, plomería, electricidad, carpintería, pintura etc., en un solo lugar, evitándole de esta forma al cliente tener que empezar a buscar personal para cada labor, reduciéndole traumatismos en costos y tiempo de ejecución del proyecto.

El factor innovador se tiene cuando se es integral desde el momento de contacto, efectividad en tiempos de respuesta, atención, perfilación, asesoría, planeación y acompañamiento en la ejecución de la obra y escogencia del material, buscando de esta forma una experiencia inolvidable.

2.2.3.1 Valores agregados que caracterizan la empresa

- Puntualidad en visitas programada, llegar a la hora que es y mostrar interés por el cliente.
- Cumplimiento de fechas estipuladas en los inicios y finalización de trabajos
- Presentación del plan de trabajo donde se expone la Planeación y programación de los diferentes momentos y etapas del servicio a realizar.
- Comunicación constante con el cliente permitiéndole ser el actor principal del proyecto, brindándole espacios donde pueda manifestar sus ideas de forma abierta, exponiendo de forma clara las mejores opciones para conseguir lo que se quiere.
- Seguimiento estricto, cordial y oportuno desde el primer momento de contacto, antes durante y después de prestado el servicio.
- Garantía de satisfacción y respaldo de marca.
- Servicio al cliente de alto nivel.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado Potencial.

El mercado potencial está conformado por los 150.558⁷⁸ hogares que están ubicados en la zona urbana residencial del municipio de Bucaramanga según cifras de la Electrificadora de Santander al mes de septiembre del año 2015.

Cuadro 4. Mercado Potencial

MERCADO POTENCIAL							
Estrato	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Hogares	23046	28966	36758	49383	4742	7663	150558
Participación	15%	19%	24%	33%	3%	5%	100%

2.3.2 Mercado objetivo.

El mercado meta para el presente proyecto son los hogares de Bucaramanga, de estratos 3, 4, 5 y 6, que requieran servicios de mantenimiento locativo o reparaciones en su hogar los cuales según cifras de la Electrificadora de Santander al mes de septiembre del año 2015 registran 98.546⁷⁹ hogares.

Cuadro 5. Mercado Objetivo

MERCADO OBJETIVO					
ESTRATO	3	4	5	6	TOTAL
HOGARES	36.758	49.383	4.742	7.663	98.546
PARTICIPACIÓN	37,30%	50,11%	4,81%	7,77%	100%

⁷⁸ Sistema Único de información de servicios públicos (SUI) Electrificadora de Santander S.A E.S.P

⁷⁹SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS [en línea] [citado 25 de febrero de 2016] Disponible en: http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=ele_com_096

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1. La Demanda

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados En Bucaramanga los servicios de mantenimiento y reparación locativos para los hogares son dispersos, son prestados por múltiples proveedores o personas independientes y no están centralizadas; por lo cual, un ama de casa o jefe de hogar difícilmente encuentra de forma rápida y oportuna quien le satisfaga sus necesidades con calidad, puntualidad y confianza.

Las personas hoy en día se caracterizan por desarrollar múltiples actividades laborales y comerciales, por lo tanto difícilmente cuentan con tiempo suficiente para estar al frente de un proyecto de remodelación o mantenimiento en el hogar.

En el sector de la construcción existe diversidad de necesidades de reparaciones como pintura, eléctricos, fontanería, mampostería, etc., razón por la cual se encuentran variedad de personas o empresas especializadas para atender los diferentes servicios de manera independiente, es aquí donde se identifica como oportunidad el crear una empresa multiservicio, todas estas especialidades en un solo lugar.

El sector del mejoramiento del hogar viene presentando un avance significativo desde hace algunos años, lo cual se evidencia en el incremento de ventas, en el desarrollo de categorías y productos innovadores, en el aumento de la financiación y, desde luego, en la expansión agresiva de puntos de venta especializados y grandes superficies.

De tal forma y dándole continuidad a lo expuesto, la empresa prestadora de servicios integrales de remodelación y mantenimiento, puede tener un océano azul

de oportunidades para penetrar en el mercado potencial y objetivo de la ciudad de Bucaramanga ya que ofrece una propuesta integral, innovadora, personalizada y exclusiva, lo cual le permite ser una opción atractiva en el mercado.

2.4.1.2 Necesidades de información..Para destacar el nivel de la demanda o mercado objetivo es importante determinar:

Relacionadas al Servicio:

- La población objetivo que estaría dispuesta adquirir el servicio.
- Frecuencia de utilización del servicio.
- Servicios con mayor aceptación y demanda.
- Necesidades y gustos del mercado objetivo.
- Preferencias a la hora de remodelar

Relacionadas al Precio:

- Capacidad económica del mercado objetivo.
- Disposición de pago y precios actuales
- Aspectos relevantes para el cliente en la decisión de compra

Relacionadas a la Plaza:

- Posición geográfica de los clientes.
- Identificación de la competencia por parte del cliente.

Relacionadas a la Promoción:

- Medios de comunicación utilizados en su promoción.
- Fuentes de búsqueda empleadas por el cliente objetivo.

2.4.1.3 Ficha Técnica. Para el desarrollo de la presente investigación se ha diseñado la ficha técnica expuesta a continuación, donde se consideran el tipo y el método de investigación, al igual que la técnica de recolección de información, instrumento y modo de aplicación; también se indica el proceso de muestreo a utilizar y sus características.

Cuadro 6. Ficha técnica demanda

Tipo de investigación	<i>Se utilizarán dos tipos de investigación. Exploratoria, porque facilita una mayor penetración y comprensión del problema que se plantea y descriptiva porque nos permite conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos procesos y personas participantes. De esta forma se garantiza en parte una recolección de información fiable y veraz, insumo que servirá para reunir un buen material para la toma de decisiones.</i>
Método de investigación	Método Inductivo. <i>Se partirán de datos generales que se aceptan como válidos, para de esta forma llegar al análisis específico de la situación de la demanda. Se usa este método debido a la necesidad de clasificación y análisis de la información recopilada sobre las variables de mercadeo.</i>

Continuación de Cuadro 6. Ficha técnica demanda

<p>Fuentes de información</p>	<p>Fuentes primarias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta dirigida a propietarios y/o inquilinos de vivienda de predios ubicados en el municipio de Bucaramanga que pertenezcan a los estratos 3, 4,5 y 6. ● Entrevistas con representantes de las principales inmobiliarias del municipio de Bucaramanga. ● Charlas con maestros de Obra, ingenieros y Arquitectos <p>Fuentes Secundarias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cámara de Comercio de Bucaramanga ● DANE ● Alcaldía de Bucaramanga, oficina de Planeación ● Página web SUI Sistema Único de Información de Servicios Públicos. ● Website Electrificadora Santander ESSA ● Análisis de proyectos de la biblioteca UIS relacionados con el tema
<p>Técnicas de investigación</p>	<p>Encuesta. Se trata de reunir información en un grupo socialmente significativo de personas acerca del tema objeto de estudio, en esta oportunidad “hogares de la ciudad de Bucaramanga estratos 3.4.5 y 6”.</p>
<p>Instrumento para la recolección de información</p>	<p>Cuestionario. Por medio de una serie de preguntas con respuesta de selección múltiple se cuestiona acerca del tema en estudio (Servicio de mano de Obra calificada para actividades de mantenimiento y remodelaciones en el Hogar) para luego mediante un análisis cuantitativo sacar las conclusiones que correspondan con los datos recogidos.</p>
<p>Modo de aplicación</p>	<p>De forma directa dirigida personalmente.</p>
<p>Definición de población</p>	<p>Población. Habitantes escogidos aleatoriamente residentes en los barrios que conforman los estratos 3, 4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga. En este caso la población está conformada por 98.546 hogares Objetivo.</p> <p>Elemento: Persona mayor de 18 años jefe de hogar, residente del predio visitado.</p> <p>Unidad: Casas, apartamentos o unidades residenciales.</p>

Continuación de Cuadro 6. Ficha técnica demanda

<p>Proceso de Muestreo</p>	<p>Para calcular el tamaño de la muestra, se considerará un muestreo de tipo probabilístico aleatorio simple aplicando la siguiente fórmula:</p> $n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N-1)e^2 + Z^2 * P * q}$ <p>Dónde: N = Población: 98.546 Hogares Objetivo a Sep. De 2015 Z = Nivel confiabilidad, 95% = 1,96 e = Error estimado 5% = 0,05 p = Probabilidad éxito, 50% = 0,5 q = Probabilidad no éxito, 50% = 0,5 n= Número de muestras</p> <p>Reemplazando tenemos:</p> $n = \frac{((1.96)^2 * 98546 * 0.5 * 0.5)}{((0.005)^2 * (98546 - 1)) + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$ $n = \frac{94643}{246,36 + 0,9604}$ $n = \frac{94643}{247,32}$ $n = 382$ <p>Se realiza un trabajo de campo con la muestra total, seleccionando barrios ubicados dentro del mercado objetivo.</p>
-----------------------------------	---

Continuación de Cuadro 6. Ficha técnica demanda

Marco Muestral	<p>Se tomará la muestra de forma aleatoria de acuerdo al porcentaje de participación de cada estrato de la siguiente manera:</p> <table border="1" data-bbox="711 474 1466 764"> <thead> <tr> <th colspan="3">MARCO MUESTRAL</th> </tr> <tr> <th>ESTRATO</th> <th>% PARTICIPACION</th> <th>ENCUESTAS REALIZAR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>37,30</td> <td>142</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>50,11</td> <td>191</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>4,81</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>7,78</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100,00</td> <td>382</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente. Sistema Único de información de servicios públicos (SUI) Electrificadora de Santander S.A E.S.P / Autores del proyecto</p>	MARCO MUESTRAL			ESTRATO	% PARTICIPACION	ENCUESTAS REALIZAR	3	37,30	142	4	50,11	191	5	4,81	18	6	7,78	30	TOTAL	100,00	382
MARCO MUESTRAL																						
ESTRATO	% PARTICIPACION	ENCUESTAS REALIZAR																				
3	37,30	142																				
4	50,11	191																				
5	4,81	18																				
6	7,78	30																				
TOTAL	100,00	382																				
Alcance	Municipio de Bucaramanga																					
Tiempo de aplicación	Semanas comprendidas entre el lunes 25 de Abril al Viernes 13 de Mayo dedicándole 4 horas diarias de lunes a sábado entre las 2 y 6 pm.																					

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.

Como resultado de haber Realizado un trabajo de consulta personalizada en una muestra de cada uno de los estratos objetivo del proyecto, seleccionando barrios estratégicos de la ciudad, como lo son los barrios San Francisco, la aurora, Provenza, la joya, Alfonso López, cabecera del llano, pan de azúcar, terrazas, entre otros.

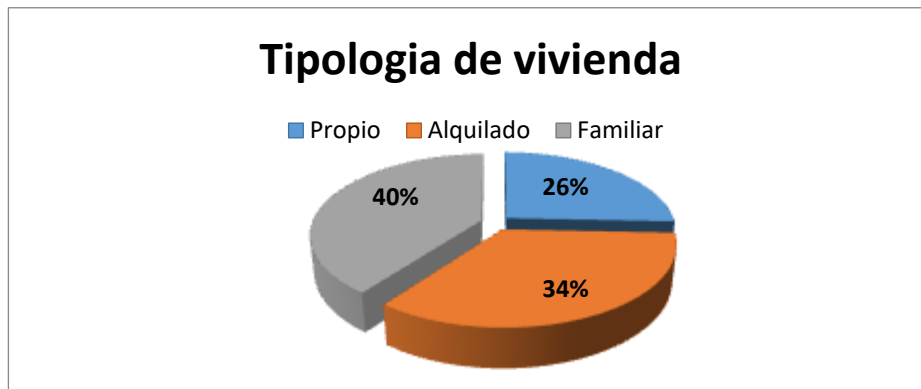
Mediante un cuestionario de 14 preguntas enfocadas en obtener información de calidad y de esta manera poder conocer las principales características del mercado. Se logro recopilar por medio de la encuesta realizada la siguiente información.

Pregunta 1. ¿El inmueble donde vive es?

Cuadro 7. Tipología de inmueble

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propio	98	26%
Alquilado	132	34%
Familiar	152	40%
TOTAL	382	100%

Grafica 1. Tipología de inmueble



Un 26% de los hogares encuestados tienen vivienda propia, en un 40% la vivienda es familiar, mientras que un 34 % el inmueble es alquilado.

Con estos resultados se muestra que en gran parte de la población objetivo en Bucaramanga la vivienda es propia o familiar, este resultado es favorable para los intereses de la nueva empresa, se cuenta con un gran número de posibles clientes teniendo en cuenta que a la hora de invertir en una remodelación en su mayoría lo hacen son los propietarios.

Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo fue la última vez que requirió algún un trabajo de remodelación o mantenimiento en su hogar?

Cuadro 8. Rotación del servicio

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMEDIO EN DIAS	PROMEDIO EN MESES
Entre 1 y 6 meses	45	12%	12	0,41
Entre 6 meses y 12 meses	106	28%	75	2,50
Entre 12 y 24 meses	103	27%	146	4,85
más de 24 meses	82	21%	86	2,85
Nunca	46	12%	0	0
TOTAL	382	100%	319	10,62

Grafica 2. Rotación del servicio



Según el estudio realizado se puede evidenciar que el mercado objetivo en su mayoría la última vez que requirió un servicio de remodelación o mantenimiento para su hogar fue entre 6 meses y 12 meses con un 28%, seguido del periodo de entre 12 y 24 meses con un 27%; el 21% de los hogares encuestados utilizaron el servicio hace mas de 24 meses y los rango de entre 1 y 6 meses y nunca aparecen con un 12% de participación.

Con estos resultados se puede llegar a la conclusión que cada 10,62 meses según cálculo realizado, un hogar en Bucaramanga del mercado objetivo utiliza los servicios de remodelación y mantenimiento, dato que lleva al proyecto a enfocarse en la fidelización de los clientes durante el tiempo.

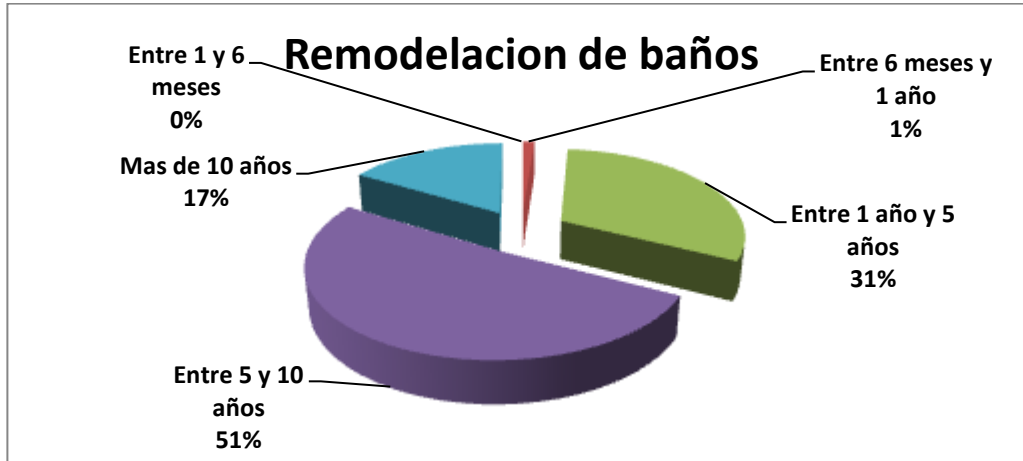
Pregunta 3. De los servicios relacionados a continuación con qué frecuencia los utilizas.

Cuadro 9. Frecuencia de utilización por servicio

GRUPO	SERVICIO	Entre 1 y 6 meses	Entre 6 meses y 1 año	Entre 1 año y 5 años	Entre 5 y 10 años	Más de 10 años	Total
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	0	4	105	172	55	336
	Remodelación de cocina	0	1	25	138	172	336
	Remodelación de pisos	0	5	57	116	158	336
	Construcción liviana	0	58	221	45	12	336
	Albañilería	2	6	11	176	141	336
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomería	112	197	19	3	5	336
	Electricidad	95	133	93	14	1	336
	Aplicación de pintura	51	85	172	24	4	336
	Jardinería	220	100	5	11	0	336
	Instalaciones Estandar	98	215	23	0	0	336

GRUPO REMODELACIONES

Grafica 3. Remodelación de baño



Según información recolectada; mas de la mitad del mercado objetivo remodela un baño entre 5 y 10 años con el 51%, seguido por entre 1 y 5 años con el 31%, esto permite llegar a la conclusión que el servicio tendrá tiempos de recompra prolongados.

Grafica 4. Remodelación de cocina



Para el servicio de remodelación de cocina se evidencia que el periodo de tiempo comprendido entre 5 y más de 10 años, abarcaron entre los dos el 92% de la

población, lo cual permite concluir que esta área en el hogar igual que la anterior no es de constante intervención en el tiempo.

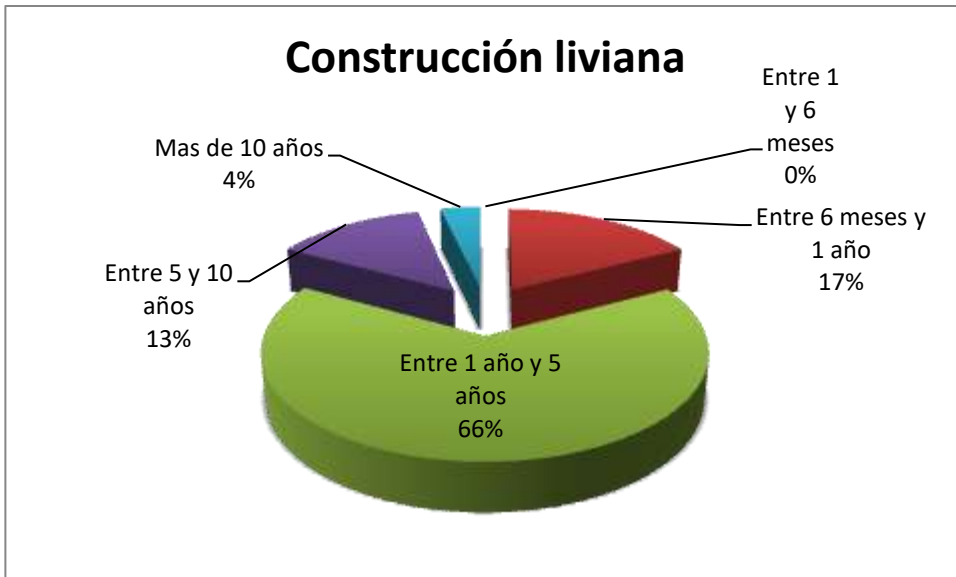
Grafica 5. Remodelación de pisos



Para el servicio de remodelación de pisos se evidencia una frecuencia marcada de utilización cada más de 10 años con el 47%, lo cual lleva a concluir que la media aproximada de un hogar del mercado objetivo no remodela sus pisos en un tiempo inferior a este.

Es importante relacionar que revestimientos como cerámica y porcelanato son los más utilizados en este tipo de remodelaciones, seguido con una diferencia considerable por pisos en madera (pisos laminados).

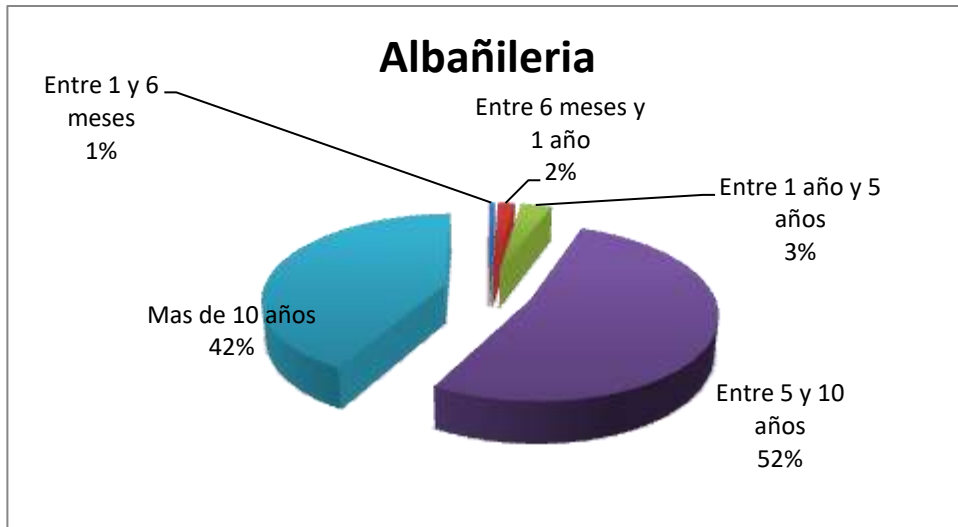
Grafica 6. Construcción liviana



Para el servicio de construcción liviana tenemos un periodo de utilización preferido entre 1 y 5 años con el 66% y un importante 17% en el periodo comprendido entre 6 meses y 1 año.

Se evidencia en el trabajo de campo que este modelo de construcción no es altamente reconocido por los entrevistados como se llegó a pensar desde un inicio ya que la gente no conoce todo lo que con este tipo de sistema de construcción se puede realizar, descubriendo una gran oportunidad de desarrollo en la ciudad.

Grafica 7. Albañilería



El servicio de albañilería tiene en el periodo de tiempo entre 5 y 10 años su demanda más alta de rotación con un 52%, seguido por más de 10 años con un 42%.

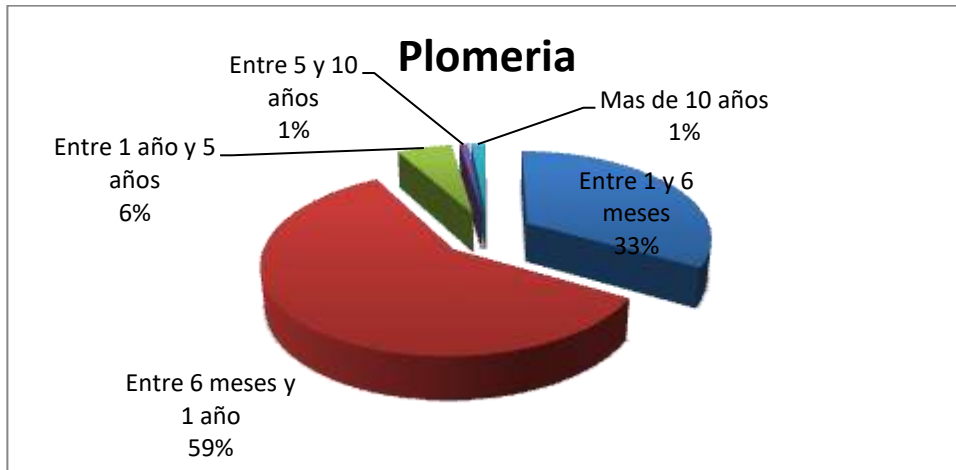
CONCLUSION GRUPO DE REMODELACIONES

Se puede argumentar según la información recolectada, que los tiempos de frecuencia en la utilización de un servicio de remodelación esta concentrado en el rango de tiempo de entre 5 y 10 años. Exactamente 6,92 años (83 meses) según la investigación realizada.

Se logra identificar de igual forma que estos implican mas allá de la necesidad de requerirlo, el aparejamiento de una serie de factores relevantes para su utilización ya que son trabajos que por su dimensión requieren alterar la cotidianidad de un hogar considerablemente.

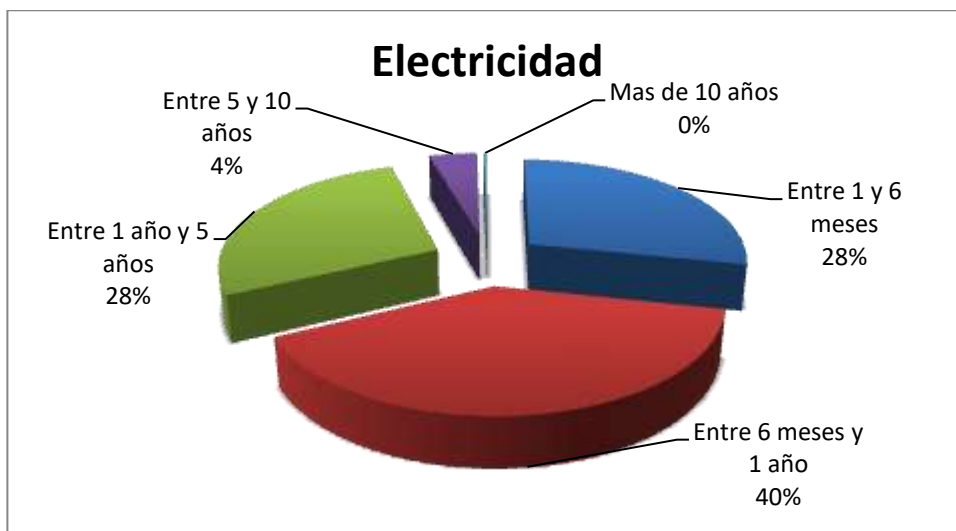
GRUPO MANTENIMIENTO

Grafica 8. Servicio de Plomería



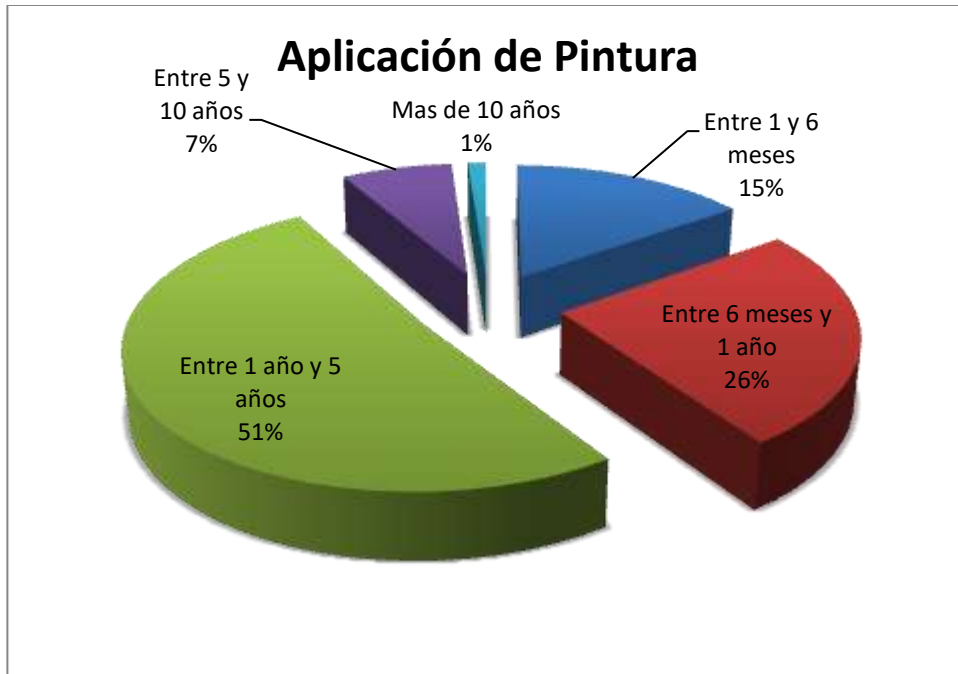
Con el 59% el periodo comprendido entre 6 meses y 1 año tiene la mayor participación en la utilización de este tipo de servicio, seguido por entre 1 y 6 meses con el 33%. Lo cual permite concluir que el servicio tiene una rotación constante, información clave para la toma de decisiones.

Grafica 9. Electricidad



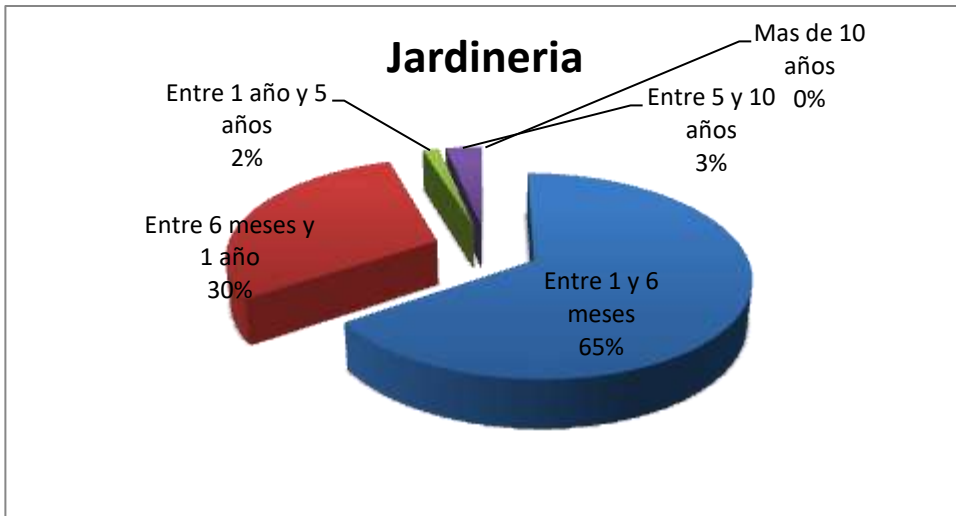
El servicio de electricidad muestra un escenario repartido de utilización en el tiempo ya que entres periodos se reparte el 96% de las respuestas, teniendo de igual forma al anterior unos índices de rotación interesantes para las intenciones del proyecto.

Grafica 10. Aplicación de Pintura



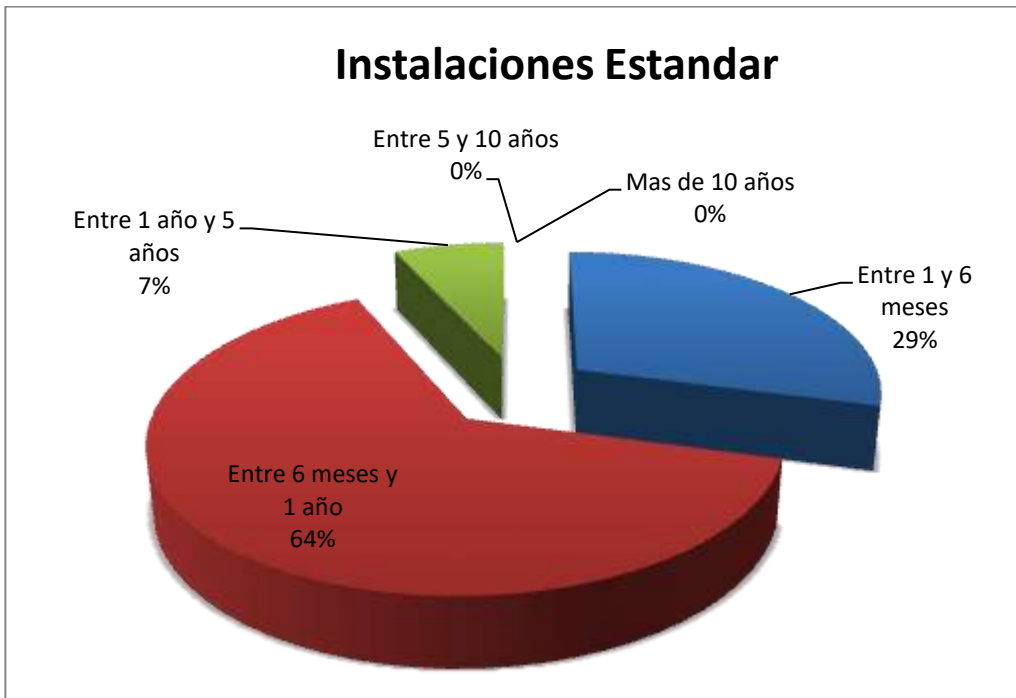
Los hogares encuestados utilizan este servicio con un 51% de aceptación el periodo comprendido entre 1 y 5 año, seguido por el periodo de entre 6 meses y 1 año, lo cual lleva a concluir que hoy día la tendencia de pintar un espacio es de mayor frecuencia siendo una solución ideal para la renovación de ambientes sin un costo tan elevado.

Grafica 11. Jardinería



Las personas entrevistadas utilizan según estudio de mercados realizado el servicio de jardinería con una frecuencia del 65% el periodo de tiempo comprendido de entre 1 y 6 meses; seguido con el 30% entre 6 meses y 1 año, lo cual permite evidenciar que tipo de actividades maneja tiempos de rotación cortos.

Grafica 12. Instalaciones Estándar



Con el 64% los habitantes del mercado objetivo requieren el servicio de instalación de “algo” en un periodo de entre 6 meses y 1 año.

CONCLUSION GRUPO MANTENIMIENTO LOCATIVO

Se logra identificar que los servicios de mantenimiento tienen una rotación más frecuente VS los servicios del grupo de remodelaciones, se podría argumentar que esta tendencia se da por ser un tipo de servicio que está expuesto a generarse con el día a día y por ser proporciones menores a la de una remodelación.

El tiempo estimado de rotación de estos servicios según el estudio realizado esta en 1,28 años (15,36 meses).

Pregunta 4. ¿Cuánto has pagado o estaría dispuesto a pagar en mano de obra por cada uno de los siguientes servicios?

Cuadro 10. Precio pagado o dispuesto a pagar por servicio

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO EN \$
Remodelación de Baño			
(Un área de 20 m2 de cerámica entre piso + pared conservando distribución de area)			
Entre \$500.000 y \$1.000.000	298	78%	\$585.079
Entre \$1.000.000 y \$1.500.000	49	13%	\$160.340
Entre \$1.500.000 y \$2.000.000	23	6%	\$105.366
Mas de \$2.000.000	12	3%	\$62.827
TOTAL	382	100%	\$913.613
Remodelación de Cocina			
(Un área de 20 m2 de cerámica entre piso + pared con modificación de puntos no max a 3 con regatas no mayores a 2mts)			
Entre \$500.000 y \$1.000.000	127	33%	\$249.346
Entre \$1.000.000 y \$1.500.000	144	38%	\$471.204
Entre \$1.500.000 y \$2.000.000	50	13%	\$229.058
Mas de \$2.000.000	61	16%	\$319.372
TOTAL	382	100%	\$1.268.979

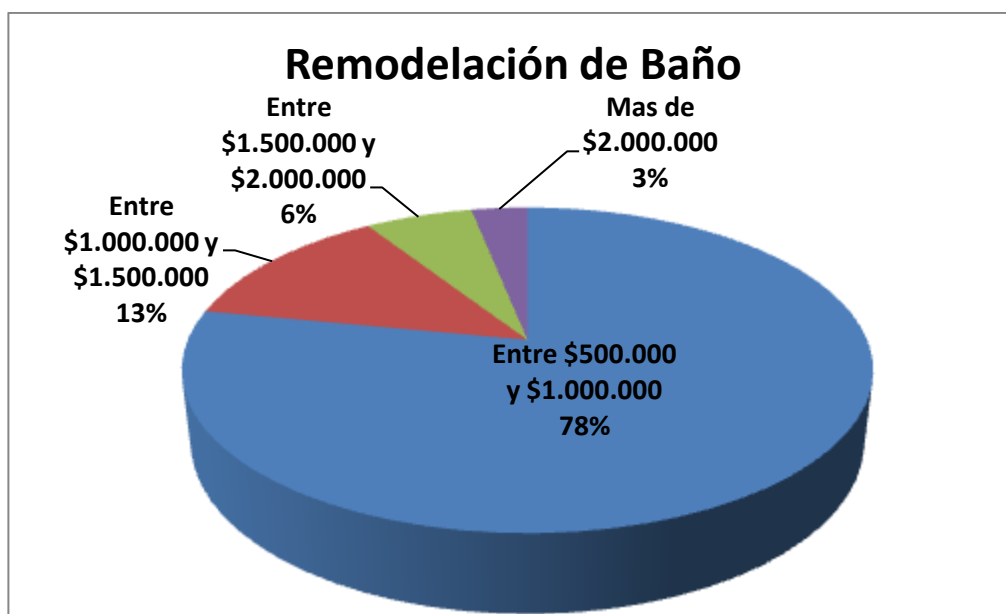
Continuación Cuadro 10. Precio pagado o dispuesto a pagar por servicio

Remodelación de Pisos (m2 de demolición, preparacion de superficie + instalación de ceramica)			
Entre \$10.000 y \$20.000	87	23%	\$3.416
Entre \$20.000 y \$30.000	125	33%	\$8.181
Entre \$30.000 y \$50.000	108	28%	\$11.309
Mas de \$50.000	62	16%	\$8.115
TOTAL	382	100%	\$31.021
Construcción liviana (m2 de Instalación basica de Drywall en muro doble cara con una mano de pintura)			
Entre \$10.000 y \$20.000	64	17%	\$2.513
Entre \$20.000 y \$30.000	165	43%	\$10.798
Entre \$30.000 y \$50.000	101	26%	\$10.576
Mas de \$50.000	52	14%	\$6.806
TOTAL	382	100%	\$30.694
Albañileria (m2 de Instalación basica de muro en mamposteria)			
Entre \$10.000 y \$20.000	253	66,23%	\$9.935
Entre \$20.000 y \$30.000	112	29,32%	\$7.330
Entre \$30.000 y \$50.000	17	4,45%	\$1.780
Mas de \$50.000	0	0%	\$-
TOTAL	382	100%	\$19.045
Plomeria (Servicio de asistencia basica)			
Entre \$10.000 y \$50.000	251	65,71%	\$19.712
Entre \$50.000 y \$100.000	122	31,94%	\$23.953
Entre \$100.000 y \$200.000	7	1,83%	\$2.749
Mas de \$200.000	2	0,52%	\$1.047
TOTAL	382	100%	\$47.461
Electricidad (Servicio de asistencia basica)			
Entre \$10.000 y \$50.000	251	65,71%	\$19.712
Entre \$50.000 y \$100.000	114	29,84%	\$22.382
Entre \$100.000 y \$200.000	15	3,93%	\$5.890
Mas de \$200.000	2	0,52%	\$1.047
TOTAL	382	100%	\$49.031

Cuadro 10. Precio pagado o dispuesto a pagar por servicio

Pintura (Aplicación de m2 de pintura a 2 manos)			
Entre \$1.000 y \$2.000	48	12,57%	\$188
Entre \$2.000 y \$5.000	297	77,75%	\$2.721
Entre \$5.000 y \$7.000	30	7,85%	\$471
Mas de \$7.000	7	1,83%	\$128
TOTAL	382	100%	\$3.509
Jardineria (Hora de jardinero)			
Entre \$10.000 y \$50.000	200	52%	\$15.707
Entre \$50.000 y \$100.000	178	47%	\$34.948
Entre \$100.000 y \$200.000	4	1%	\$1.571
Mas de \$200.000	0	0%	\$-
TOTAL	382	100%	\$52.225
Instalación Estándar (Servicio de instalación basica)			
Entre \$10.000 y \$50.000	319	84%	\$25.052
Entre \$50.000 y \$100.000	54	14%	\$10.602
Entre \$100.000 y \$200.000	9	2%	\$3.534
Mas de \$200.000	0	0%	\$-
TOTAL	382	100%	\$39.188

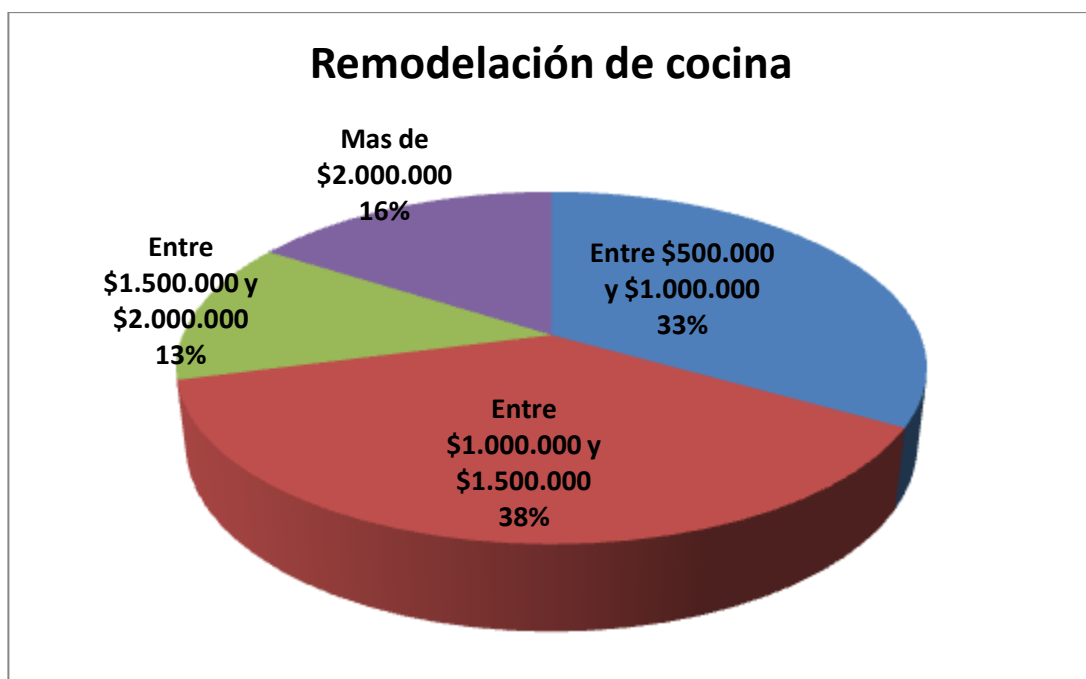
Grafica 13. Remodelación de baño



Los hogares encuestados han pagado o están dispuestos a pagar por un servicio de remodelación de baño (Un área de 20 m2 de cerámica entre piso + pared conservando distribución), con un 78% un rango de precio entre \$500.000 y \$1.000.000, seguido con el 13% entre \$1.000.000 y \$1.500.000.

Analizando estas cifras se llega a la conclusión que el precio promedio en mano de obra que estarían dispuestos a pagar para una remodelación de un baño (**Un área de 20 m2 de cerámica entre piso + pared conservando distribución**), en los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga esta en \$ 913,613.

Grafica14. Remodelación de Cocina



Con un 38% el rango de precio que mayor aceptación tiene en el mercado objetivo para la remodelación de una cocina (**Un área de 20 m2 de cerámica entre piso + pared con modificación de puntos no máximo a 3 con regatas no mayores a 2mts**) es el comprendido entre \$1.000.000 y \$1.500.000, no tan lejos se encuentra

el rango de entre \$500.000 y \$1.000.000 con un 33%.

Es importante aclarar que el costo en este tipo de servicios es sujeto al tamaño del área a intervenir. Con un 16% esta el rango comprendido de mas de \$2.000.000 y con un 13% entre \$1.500.000 y \$2.000.000; de esta forma se concluye que el precio promedio pagado o dispuesto a pagar el mercado objetivo por mano de obra en la remodelación de una cocina es de \$ 1.268.979

Grafica 15. Remodelación de Pisos



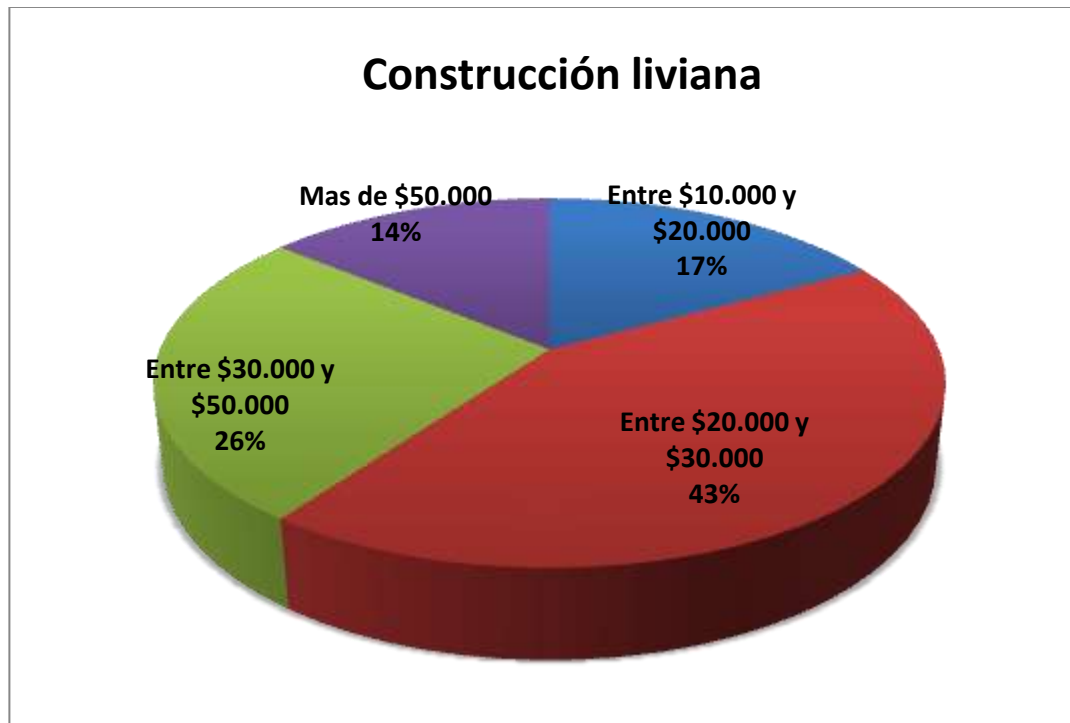
En la remodelación de Pisos se indago por el precio pagado o dispuesto a pagar por el metro (**m² de demolición, preparacion de superficie + instalación de ceramica**), según información obtenida no se evidencia un precio marcado distante de los demas ya que estos se encuentran muy repartidos.

Con un 33% el rango entre \$20.000 y \$30.000 esta en primer lugar, seguido con el 28% entre \$30.000 y \$50.000 y un 23% y 16% los rangos entre \$10.000 y

\$20.000 y Mas de \$50.000 respectivamente.

En conclusion final el precio promedio pagado o dispuesto a pagar por la muestra del mercado objetivo encuestada es de \$ 31.021 m2

Grafica 16. Construcción liviana



La construcción liviana es una tendencia que ha venido tomando fuerza en los últimos años en el sector constructor del país, el mercado objetivo manifiesta haber pagado o estar dispuesto a pagar por el m2 de esta actividad (**m2 de Instalación básica de Drywall en muro doble cara con una mano de pintura**), con un 43% un rango de precio entre \$20.000 y \$30.000, con un 26% entre \$30.000 y \$50.000, con un 17% entre \$10.000 y \$20.000 y con un 14% mas de \$50.000 cifras atractivas para el proyecto que lo impulsan en su desarrollo.

En promedio el m2 de este servicio se ha pagado o se esta dispuesto a pagar en \$30.694 por el mercado objetivo.

Grafica 17. Albañilería

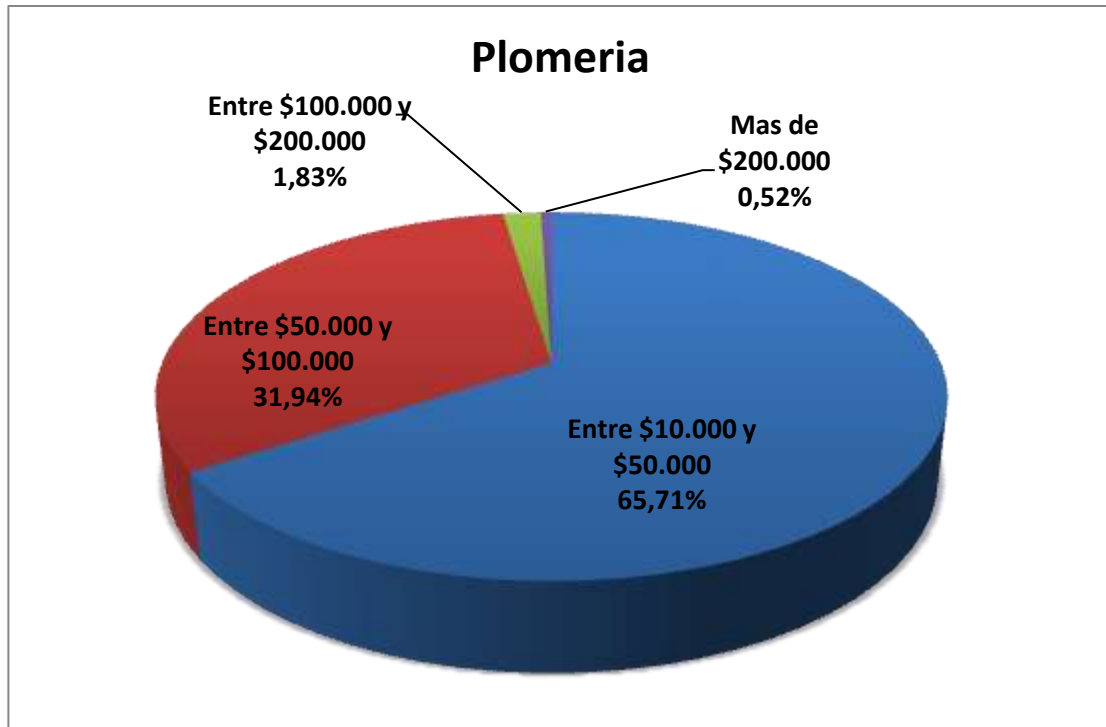


En el servicio de albañilería al igual que los relacionados anteriormente el costo de la mano de obra está sujeto a la dimensión del proyecto que se quiera realizar, para el presente trabajo de campo se indago con la referencia **(m2 de Instalación basica de muro en mamposteria)** en esta investigación se evidencio con un 66,23% que el rango de precio entre \$10.000 y \$20.000 fue el que tuvo mayor frecuencia, seguido por entre \$20.000 y \$30.000 con un 39,32%.

Las anteriores cifras le sirven al proyecto para tener un punto de partida a la hora de la definición de los precios de venta al público por este servicio.

El promedio ponderado calculado que han pagado o están dispuestos a pagar los hogares del mercado por este servicio es de \$ 19.045m2

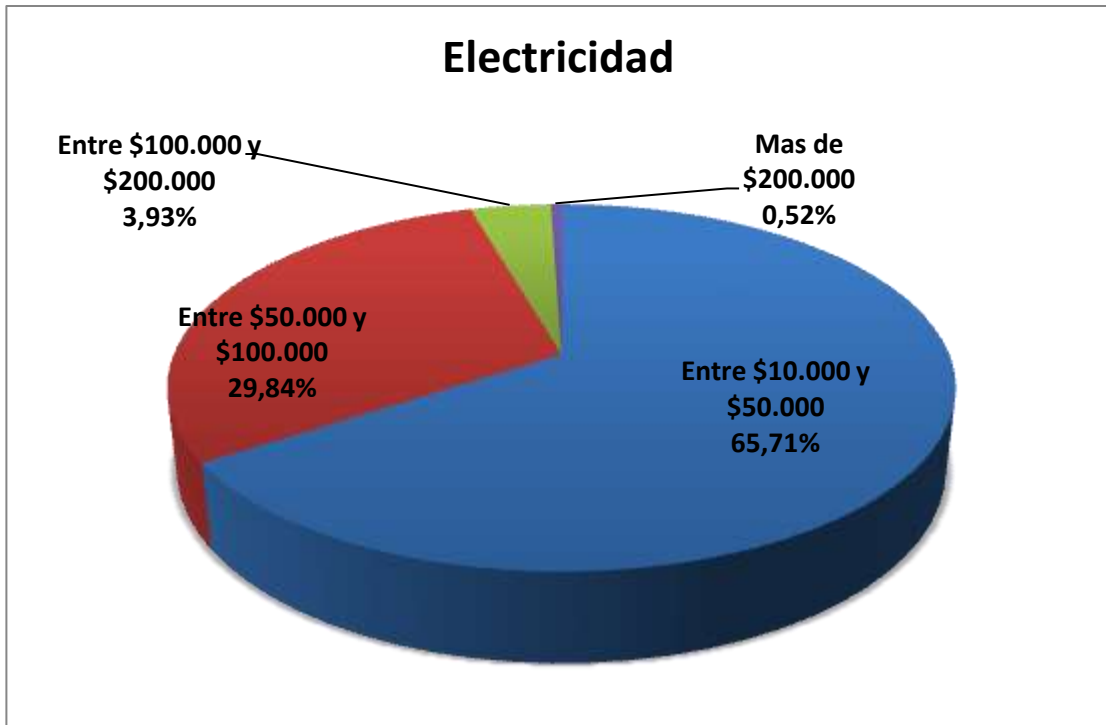
Grafica 18. Servicio de Plomería



El valor pagado y/o dispuesto a pagar por el mercado objetivo por el servicio de plomería (**Servicio de asistencia básica**) en su mayoría está comprendido en un rango entre \$ 10.000 y \$50.000 con un contundente 65,71%; un 31,94% manifiesta haber pagado la suma comprendida entre \$50.000 y \$100.000, un 1,83% entre \$100.000 y \$200.000 y un 0,52% mas de \$200.000; estos datos le suministran al proyecto información relevante del precio actual en el mercado para este servicio.

Cabe resaltar que el servicio de plomería tiene diferentes campos de aplicación en donde los precios varían según su complejidad. En el presente estudio se calculó un precio promedio ponderado dispuesto a pagar por un servicio de asistencia básica la suma de \$47.461

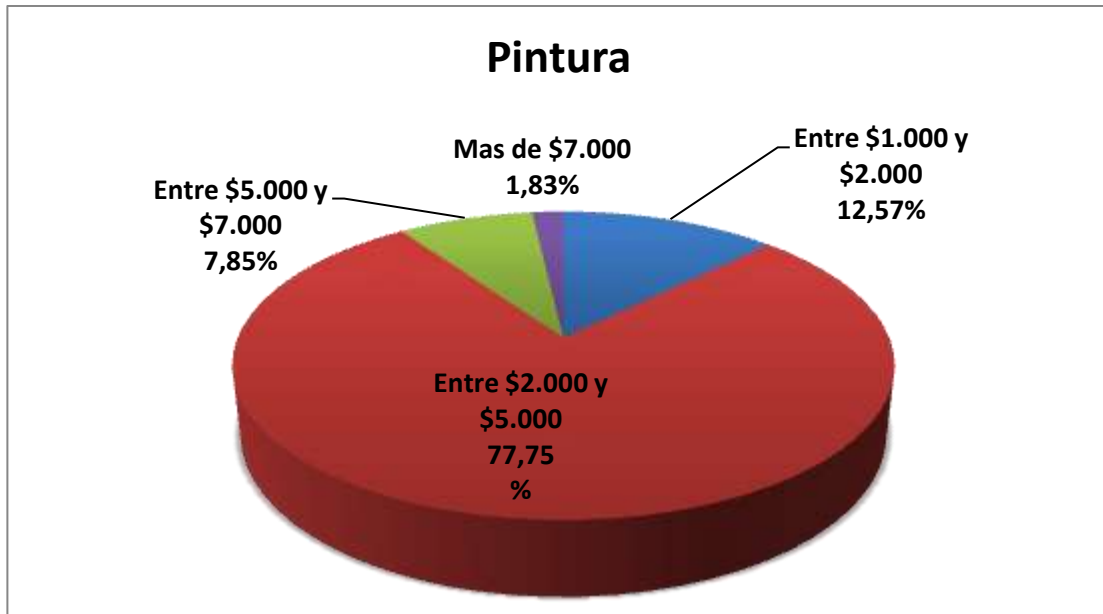
Grafica 19. Servicio de Electricidad



El 65,71% de los encuestados ha pagado o está dispuesto a pagar entre \$10.000 y \$50.000 por el servicio de asistencia básica de esta actividad, un 29,84% entre \$50.000 y \$100.000 cifras que sirven como un insumo importante para la toma de decisiones del presente proyecto.

El promedio ponderado calculó un valor por servicio mínimo de \$ 49.031 Cabe resaltar que el costo del servicio de electricidad depende de la complejidad del trabajo a realizar.

Grafica 20. Servicio de Pintura



El contundente 77,75% de las personas encuestadas manifestaron haber pagado por este servicio teniendo en cuenta la siguiente referencia (**Aplicación de m2 de pintura a 2 manos**) la suma comprendida entre \$2.000 y \$5.000, mientras que el 12,57% entre \$1.000 y \$2.000, el 7,85% entre \$5.000 y \$7.000; el rango mas de \$7.000 obtuvo un 1,83%.

Siendo este servicio de los top 5 mas utilizados por las personas encuestadas según este mismo estudio. El precio promedio calculado pagado o dispuesto a pagar es de \$ 3.509 m2

Grafica 21. Servicio de Jardinería



El servicio de Jardinería con un 52% demuestra que los hogares han pagado o están dispuestos a pagar la suma comprendida entre \$10.000 y \$50.000, por la hora de mano de obra de esta actividad; seguido por el rango entre \$50.000 y \$100.000 con un 47%.

Esta información le permite al proyecto tener una proyección del precio que puede llegar a cobrar por un servicio de jardinería; en el presente estudio se calculó un promedio ponderado valor Hora de \$ 52.225

Grafica 22. Instalaciones Estándar



El servicio de Instalaciones estándar es uno de los focos principales que tienen la nueva empresa, en el trabajo de campo se evidenció que los hogares están dispuestos a pagar en un 84% un monto entre \$10.000 y \$50.000, mientras que un 14% han pagado servicios que oscilan entre \$50.000 y \$100.000.

Es importante resaltar que un 2% de hogares han pagado servicios de instalación básica entre \$100.000 y \$200.000 ; esta información es favorable para el proyecto ya que se evidencia el manejo de rangos de precio de todo tipo.

El precio calculado promedio para este servicio según estudio de mercado es de \$39.188 por servicio mínimo básico.

Pregunta 5. ¿La última vez que requirió los servicios de remodelación y/o mantenimiento usted acudió a:

Cuadro 11. Preferencias en mano de obra

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Realizarlos Usted mismo	47	14%
Contratar un maestro independiente	161	48%
Considero contratar con una empresa	128	38%
TOTAL	336	100%

Grafica 23. Preferencias en mano de obra



La investigación realizada nos muestra que los hogares del mercado objetivo se inclinan como primera opción con un 48% por contratar a un maestro independiente para la ejecución de las actividades de remodelación y/o mantenimiento del hogar, como una segunda opción y con un 38% está el contratar a una empresa legalmente constituida, valga relacionar que entre las

más mencionadas de este tipo esta la reconocida cadena de almacenes Homecenter, Híper centro corona, ferretería Aldia y firmas contratistas.

Con un 14% está la opción de realizar ellos mismos estas actividades.

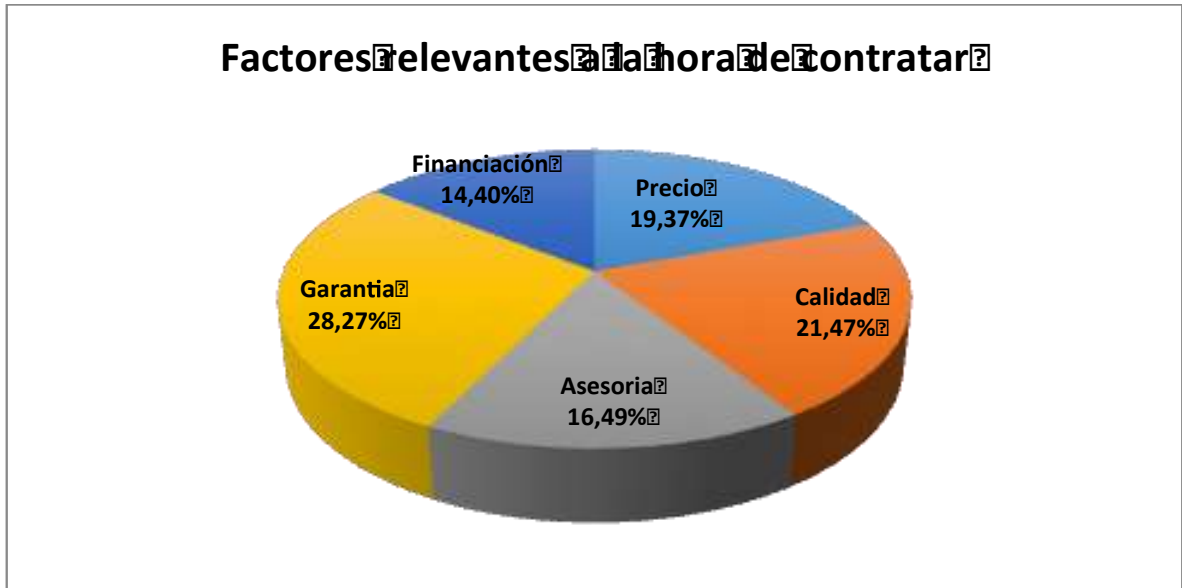
Lo anterior demuestra la aceptación y viabilidad que puede llegar a tener la idea de ofertar un portafolio integral de servicios como empresa y la gran oportunidad que ahí de incursionar en la participación que tiene la contratación con el maestro independiente.

Pregunta 6. ¿Qué aspecto cobra mayor importancia para usted a la hora de contratar un servicio de remodelación o mantenimiento?

Cuadro 12. Factores relevantes a la hora de contratar

OPCION DE RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
Precio	74	19,37%
Calidad	82	21,47%
Asesoría	63	16,49%
Garantía	108	28,27%
Financiación	55	14,40%
TOTAL	382	100%

Grafica 24. Factores relevantes a la hora de contratar



Para un 28,27% de los hogares encuestados, factores como la garantía suministrada en los trabajos a realizar priman un valor importante a la hora de querer contratar estos servicios; seguido por la calidad y el precio con un 21,47% y 19,37% respectivamente.

En una línea mas abajo encontramos la asesoría con un 16,49% y financiación con un 14,40%.

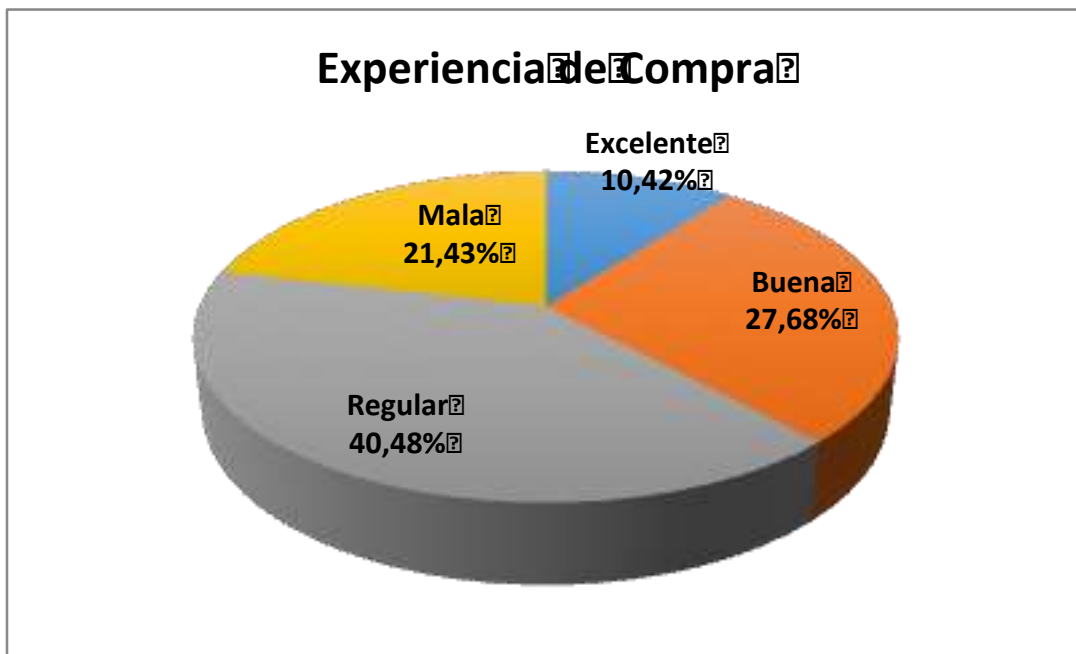
Estas cifras llevan a concluir que para este nicho de mercado el precio no es el valor más relevante a la hora de tomar la decisión de contratar un servicio de remodelación, lo cual es favorable para las intenciones del proyecto ya que los frentes relevantes y de mayor importancia para el mercado objetivo son los principales enfoques de la nueva empresa.

Pregunta 7. ¿Cómo fue su última experiencia en la contratación de personal para la ejecución de actividades de remodelación y/o mantenimiento para su hogar?

Cuadro 13. Experiencia de compra

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	35	10,42%
Buena	93	27,68%
Regular	136	40,48%
Mala	72	21,43%
TOTAL	336	100%

Grafica 25. Experiencia de compra



La investigación realizada muestra que el 40,48% de las personas encuestadas han tenido una experiencia regular en la adquisición de este tipo de servicios, seguido por una experiencia buena con un 27,68%, mala en un 21,43% y excelente en un 10,42%, lo cual evidencia un escenario de oportunidad para la

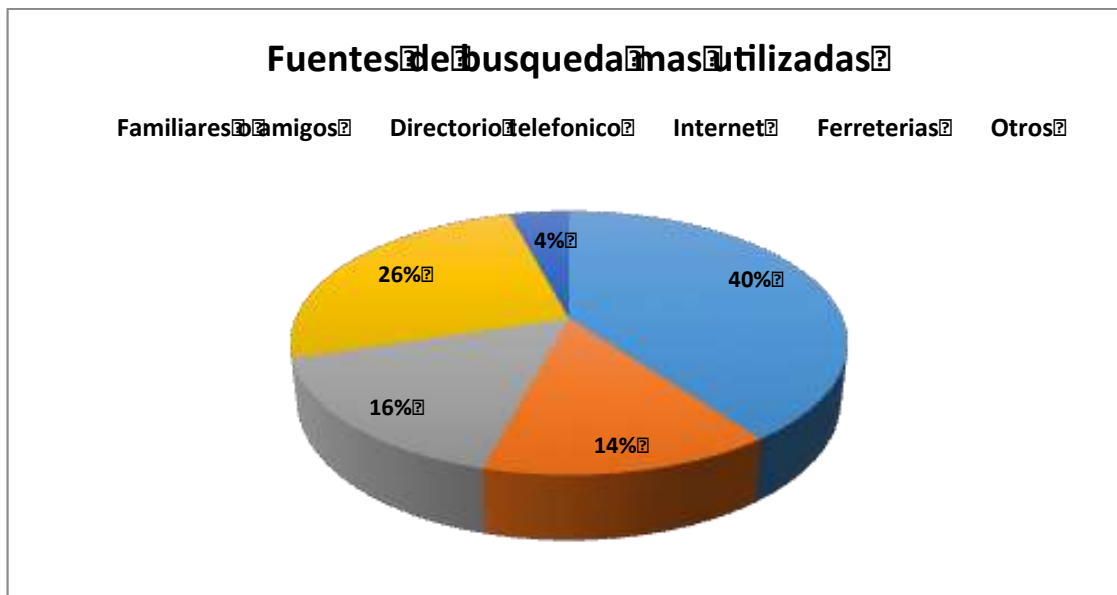
nueva empresa en la necesidad de garantizar satisfacción a los clientes del mercado objetivo.

Pregunta 8. ¿Qué medio de búsqueda has utilizado cuando necesitas los servicios de remodelación y/o mantenimiento en su hogar?

Cuadro 14. Medios de búsqueda más utilizados

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familiares o amigos	134	40%
Directorio telefonico	48	14%
Internet	54	16%
Ferreterias	86	26%
Otros	14	4%
TOTAL	336	100%

Grafica 26. Medios de búsqueda más utilizados



Un 40% de los hogares encuestados manifestaron haber encontrado el contacto de la persona o la empresa para realizar una actividad de remodelación y/o mantenimiento por medio de un familiar o amigo, mientras un 16% manifestó

haber utilizado la internet y el directorio telefónico con un 14%; un interesante 26% acudió al tradicional canal ferretero.

De lo anterior se puede concluir que la recomendación por medio del voz a voz predomina en el mercado objetivo; siendo un frente que se debe atacar por la nueva empresa, así como la identificación del auge que está teniendo la búsqueda por internet en páginas especializadas del sector, también se puede identificar que una buena porción del objetivo acude al los almacenes ferreteros donde se les recomiendan maestros de obra.

Pregunta 9. ¿Conoces alguna empresa que te brinda los servicios mencionados de remodelación y mantenimiento en un solo lugar?

Cuadro 15. Identificación de la competencia

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	145	38%
NO	237	62%
TOTAL	382	100%

Grafica 27. Identificación de la competencia



Las personas que dieron un SI como respuesta (38%) mencionaron empresas

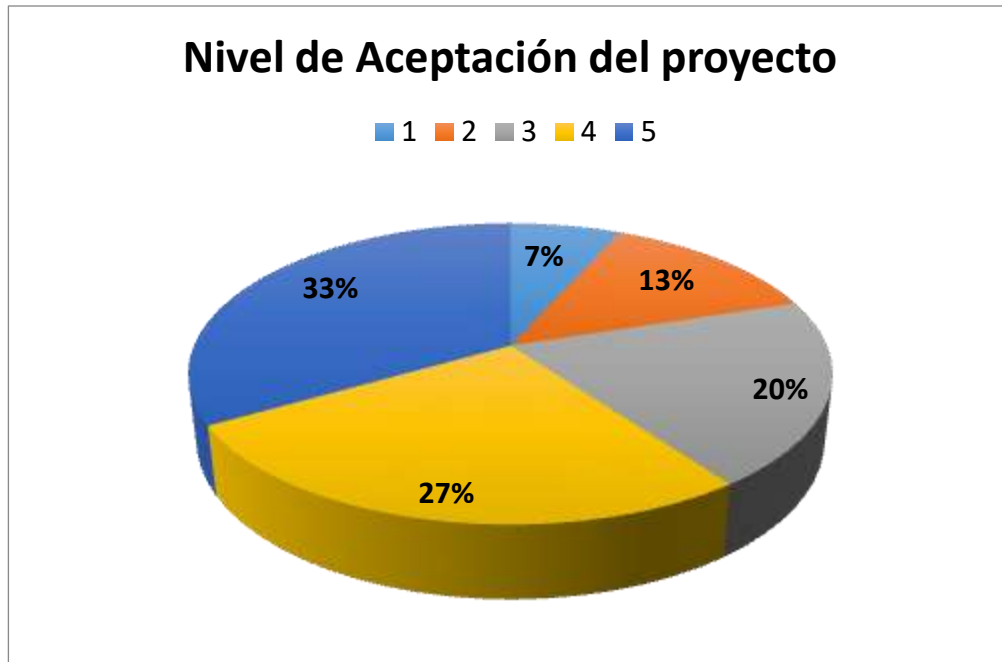
como Home Center, Ferretería Aldía e Hipercentro corona entre las más reconocidas, así como arquitectos independientes que hacen el ejercicio. Se logra identificar que gran parte del mercado objetivo (62%) no tiene identificada una empresa que preste el servicio de mano de obra para remodelaciones y mantenimiento del hogar, entre las personas que dieron un SI como respuesta relacionan a las empresas mencionadas anteriormente gran parte de estas ofrecen el servicio de forma complementaria a la venta de materiales.

Pregunta 10. ¿En una escala de 1 a 5 que tanto grado de viabilidad y aceptación le vez a la creación de una empresa de remodelaciones y mantenimiento locativo que ofrezca de forma integral los servicios mencionados?

Cuadro 16. Aceptación de la nueva empresa

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	31	8%
2	41	11%
3	76	20%
4	97	25%
5	137	36%
TOTAL	382	100%

Grafica 28. Aceptación de la nueva empresa



En una escala de 1 a 5 siendo uno el grado de menos aceptación y 5 el de más aceptación, se evidencia con un 33% una favorabilidad de grado 5, con un 27% una de grado 4 y con un 20% una de grado 3.

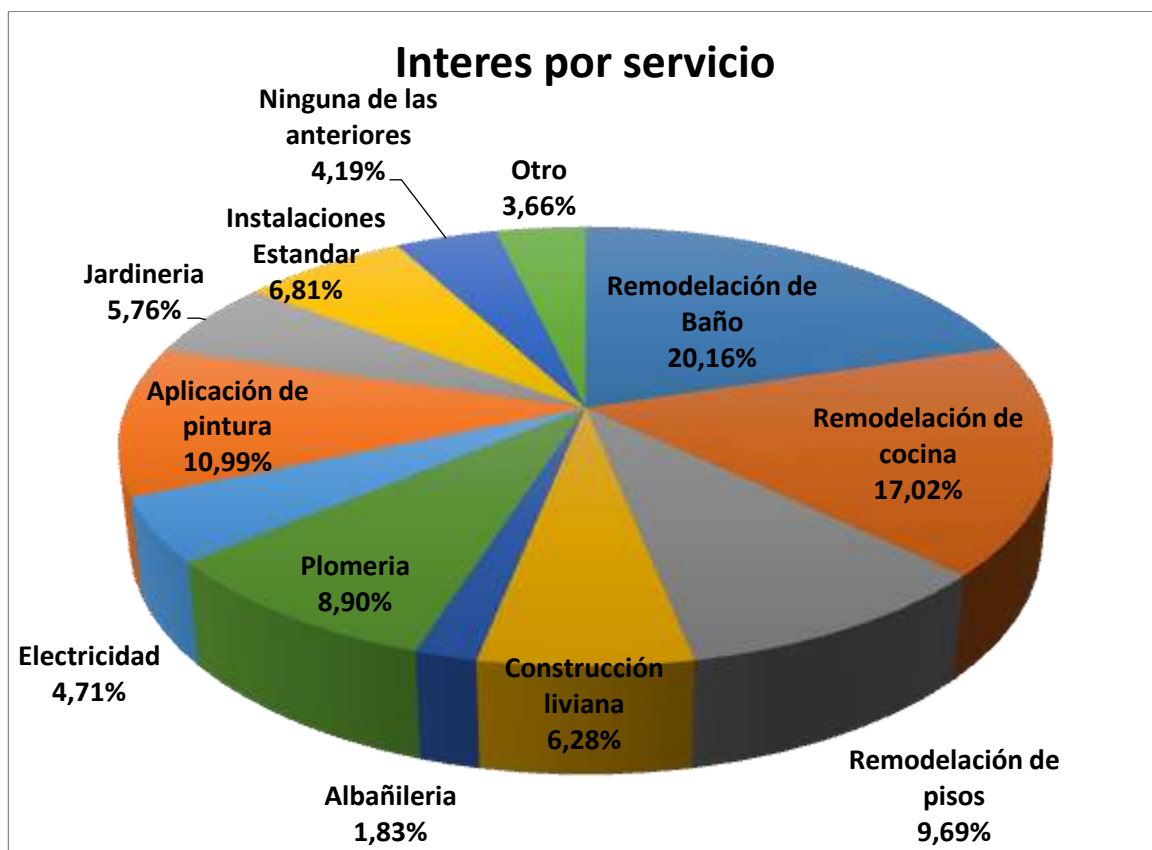
Con un 13% y un 7% están las personas que no le ven tanta viabilidad al proyecto por diferentes razones, de lo anterior se puede concluir que la idea de ofertar un portafolio de servicios de forma integral en su mayoría es bien aceptada dentro del mercado objetivo, ya que las personas ven en la figura de la empresa constituida un respaldo y una garantía confiable a sus trabajos.

Pregunta 11. ¿De los servicios relacionados a continuación, en cual estarías interesado en estos momentos ?

Cuadro 17. Servicio de mayor interés en estos momentos

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Remodelación de Baño	77	20,16%
Remodelación de cocina	65	17,02%
Remodelación de pisos	37	9,69%
Construcción liviana	24	6,28%
Albañilería	7	1,83%
Plomería	34	8,90%
Electricidad	18	4,71%
Aplicación de pintura	42	10,99%
Jardinería	22	5,76%
Instalaciones Estandar	26	6,81%
Ninguna de las anteriores	16	4,19%
Otro	14	3,66%
TOTAL	382	100,00%

Grafica 29 Interés por servicio en estos momentos



Dentro de los servicios propuestos en el portafolio de la nueva empresa los hogares del mercado objetivo encuestados estarían interesados en realizar en estos momentos con un 20,16% una remodelación de baño, con un 17,02% remodelación de cocina, con un 10,99% aplicación de pintura, seguidos de remodelación de pisos 9,69%, trabajos de plomería con un 8,90% e instalaciones estándar con un 6,81%.

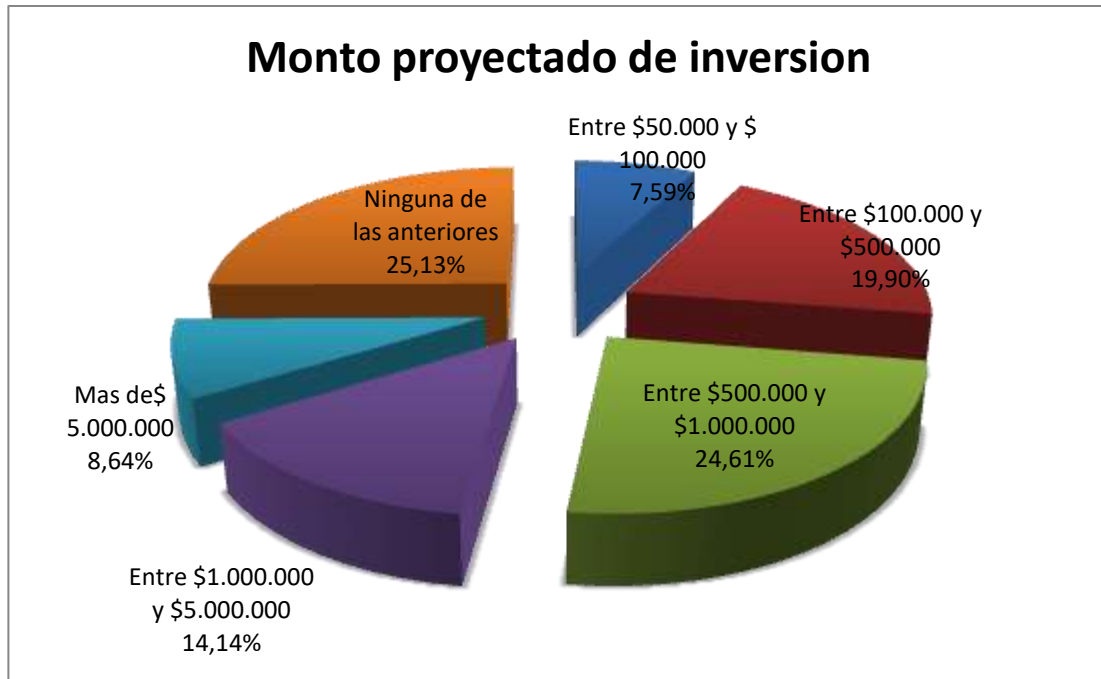
Los demás servicios registran un interés mínimo respecto a los mencionados, y en la respuesta otros, se encontraron comentarios de servicios de impermeabilización, cambio de techos, y carpintería. Estos resultados y junto a los de la pregunta # 3 le permiten a la nueva empresa tener un horizonte claro de los servicios que tienen mayor interés entre el mercado objetivo.

Pregunta 12. ¿Cuánto dinero contemplarías invertir en estos momentos para ejecutar ese proyecto de remodelación o mantenimiento seleccionado?

Cuadro 18. Contemplación Servicio

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMEDIO EN \$
Entre \$50.000 y \$ 100.000	29	7,59%	\$5.694
Entre \$100.000 y \$500.000	76	19,90%	\$59.686
Entre \$500.000 y \$1.000.000	94	24,61%	\$184.555
Entre \$1.000.000 y \$5.000.000	54	14,14%	\$848.168
Mas de\$ 5.000.000	33	8,64%	\$431.937
Ninguna de las anteriores	96	25,13%	-
TOTAL	382	100%	\$1.530.039

Grafica 30. Monto Projectado de inversión



En el estudio realizado se logro identificar que un 24,61% de la población objetivo tiene en su mente una inversión entre \$500.000 y \$ 1.000.000 en mano de obra para algún trabajo de remodelación o mantenimiento en su hogar.

Seguido con el 19,90% entre \$100.000 y \$500.000 y con el 14,14% entre \$1.000.000 y \$5.000.000.

De igual forma se logra identificar que un 25,13% de la población entrevistada, por diferentes aspectos no tienen en mente en estos momentos una inversión de este tipo ya sea porque la realizaron hace poco o simplemente no la contemplan en el corto plazo.

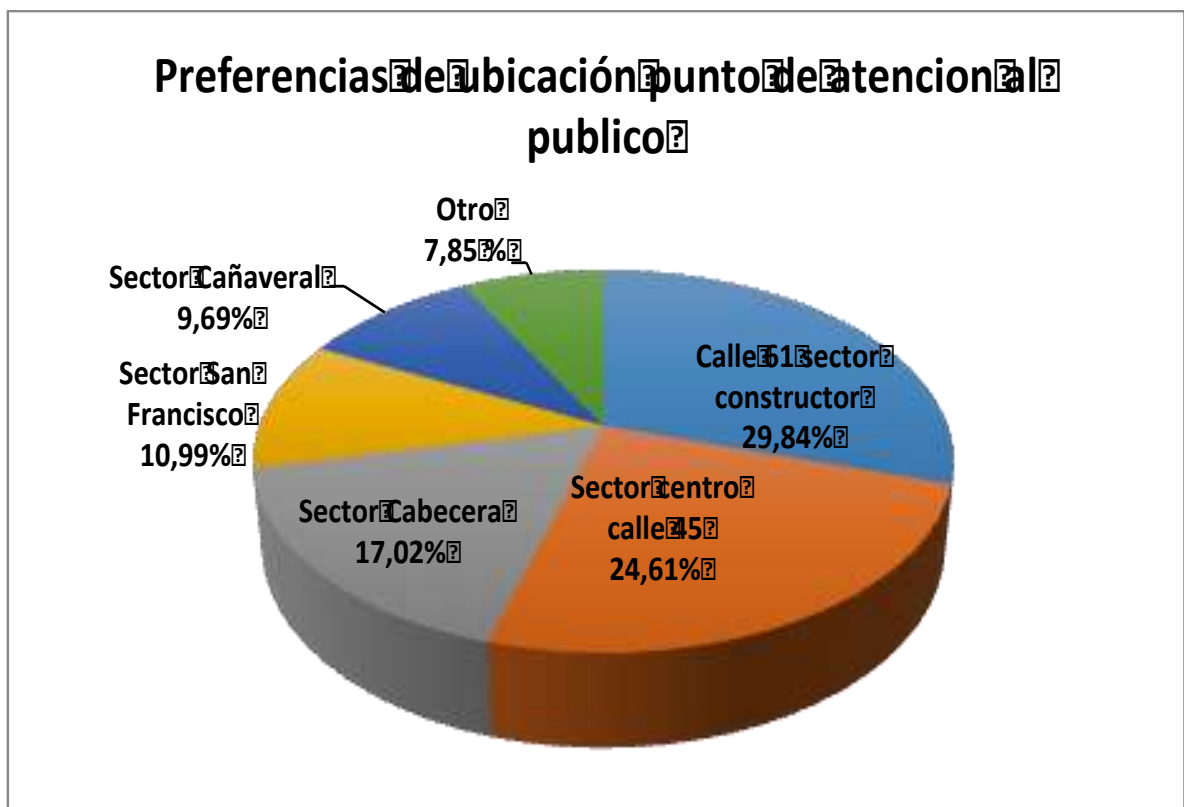
Se calcula una capacidad promedio de inversión en estos momentos según el estudio realizado de \$ 1, 530,039

Pregunta 13. ¿En qué sector le gustaría quedaran ubicadas las oficinas de la nueva empresa?

Cuadro 19. Preferencias geográficas para el punto de atención al público

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calle 61 sector constructor	114	29,84%
Sector centro calle 45	94	24,61%
Sector Cabecera	65	17,02%
Sector San Francisco	42	10,99%
Sector Cañaveral	37	9,69%
Otro	30	7,85%
TOTAL	382	100,0%

Grafica 31. Preferencias geográficas para el punto de atención al público



Las personas encuestadas ven como lugar ideal para la ubicación del punto de atención al público de la nueva empresa con un 29,84% el sector constructor calle 61, con un 24,61% el área aledaña al almacén más grande que ahí en la ciudad de venta de productos de remodelación (Homecenter), el 17,02% les gustaría que estuviera ubicada en el sector de cabecera, sectores como cañaveral, san francisco y otros no registran preferencias relevantes.

La información recolectada en esta pregunta ratifica el interés de las personas en que empresas de este tipo sean un complemento ideal a los almacenes de venta de material ya que las dos mayores ubicaciones están relacionadas con sectores donde funcionan almacenes del gremio constructor.

Pregunta 14. ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información de la empresa?

Cuadro 20. Medio de recepción de publicidad preferido

OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Volante impreso	78	20%
Correo electrónico	42	11%
Redes Sociales	76	20%
Radio	124	32%
Televisión regional	62	16%
TOTAL	382	100%

Grafica 32. Medio de recepción de publicidad preferido



Sorpresivamente para los autores del proyecto con un 33% la radio es el medio de recepción de publicidad preferido por el mercado objetivo, seguido de las redes sociales (20%) volantes impresos (20%) televisión regional con un 22% y el correo electrónico con un 11%.

La información recolectada es clave para el proyecto ya que permite direccionar los esfuerzos hacia el medio de publicidad preferido.

Desde un punto de vista general se puede concluir que la investigación permitió conocer los perfiles y tendencias de los hogares objetivo en la ciudad.

De igual forma reconocer que el portafolio de servicios de la nueva compañía cubre en gran parte las necesidades de los clientes, y que hay una gran

oportunidad de mejora en factores como asesoría, respaldo, confianza, servicio al cliente, seguimiento, calidad y cumplimiento.

2.4.3. Estimación de la Demanda.

Mediante la aplicación y el análisis de las encuestas realizadas en el trabajo de campo y teniendo como meta el obtener información sobre la forma como se manifiesta la demanda en el mercado objetivo para los servicios de remodelación y mantenimiento en los hogares de estrato 3, 4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, se obtienen resultados positivos que permiten ver la viabilidad de creación de la nueva empresa gracias a la buena aceptación evidenciada en el mercado.

La población expresa su punto de vista partiendo de las experiencias vividas y manifiestan opiniones que descubren la forma como actualmente se prestan los servicios de remodelación y mantenimiento en la ciudad de Bucaramanga.

Como resultado de las entrevistas realizadas se puede argumentar que un 88% de los hogares objetivo han utilizado este tipo de servicios de forma general; el promedio los servicios del grupo de remodelaciones cada 6,92 años (83 meses) y del grupo de mantenimiento locativo cada 1,28 años (15 meses).

Basados en la pregunta #10 de la entrevista realizada el 81% de hogares se interesan en el proyecto y le ven una viabilidad por encima de 3 puntos en una escala de 1 a 5, siendo 5 el mayor grado de aceptación de la nueva empresa.

Para llegar al cuadro expuesto a continuación se realizó la siguiente operación:
(# de Hogares Objetivo) * (% de interesados en el servicio)* (% de interesados en el proyecto) = Demanda Total.

Cuadro 21. Demanda Total

HOGARES	INTERESADOS EN EL SERVICIO	INTERESADOS EN LA NUEVA EMPRESA	DEMANDA TOTAL
98546	88%	81%	70244

En el cuadro presentado a continuación se relacionan los porcentajes identificados para cada servicio relacionado al interés y disposición de compra en el corto plazo; de igual forma se relaciona las dimensiones mínimas que maneja la nueva empresa para cada actividad.

Cuadro 22. Niveles de Disposición en la utilización de los servicios

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	INTERES EN EL SERVICIO	DIMENSIONES MINIMAS
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	Proyecto	20,16%	Proyecto (20m2 maximo de área entre piso y pared)
	Remodelación de Cocina	Proyecto	17,02%	Proyecto (20m2 maximo de área entre piso y pared)
	Instalación de Pisos ceramica	M2	9,69%	10 M2
	Construcción liviana	M2	6,28%	10 M2
	Albañileria	M2	1,83%	10 M2
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	Servicio	8,90%	Servicio Basico
	Electricidad	Servicio	4,71%	Servicio Basico
	Aplicación de Pintura	M2	10,99%	10 M2
	Jardineria	Hora	5,76%	Servicio Basico
	Instalaciones Standart	Servicio	6,81%	Servicio Basico

Basados en el la investigación de mercados realizada, se presenta la estimación de la demanda para cada servicio en su tiempo estimado de recompra anual, de la

siguiente manera: Demanda total * (% interés de compra arrojado en el trabajo de campo)

Cuadro 23. Estimación de la demanda para cada servicio en su tiempo de vida útil.

SERVICIO	DEMANDA TOTAL	% INTERES DE COMPRA	UNIDAD DE MEDIDDA	FACTOR UNIDAD DE MEDIDA	TIEMPO PROMEDIO DE RECOMPR A EN MESES	DEMANDA PARA TIEMPO DE VIDA UTIL
Remodelación de Baño	70244	20,16%	PROYECTO	1	77,24	14159
Remodelación de Cocina	70244	17,02%	PROYECTO	1	101,61	11952
Instalación de Pisos ceramica	70244	9,69%	10M2	10	94,21	68037
Construcción liviana	70244	6,28%	10M2	10	41,61	44132
Albañileria	70244	1,83%	10M2	10	99,28	12872
Plomeria	70244	8,90%	SERVICIO	1	11,08	6252
Electricidad	70244	4,71%	SERVICIO	1	18,63	3310
Aplicación de Pintura	70244	10,99%	10M2	10	29,11	77231
Jardineria	70244	5,76%	SERVICIO	1	8,45	4045
Instalaciones Standart	70244	6,81%	SERVICIO	1	9,24	4781

Para la estimación anual se utiliza la siguiente fórmula:

(Demanda para tiempo de vida útil calculado en el cuadro anterior * 12 meses) / entre tiempo promedio de recompra en meses calculado según investigación de mercados.

Nota. Los tiempos de recompra para cada servicios son diferentes

GRUPO DE REMODELACIONES

Remodelación de baño : $(14.159 * 12) / 77,24 = 2.200$

La demanda anual estimada para el servicio de remodelación de baño es de 2.200 proyectos. (20m2 maximo de área entre piso y pared)

Remodelación de cocina : $(11.952 * 12) / 101,61 = 1.412$

La demanda anual estimada para el servicio de remodelación de cocina es de 1.412 proyectos. (20m2 maximo de área entre piso y pared)

Instalación de Pisos en ceramica : $(68.037 * 12) / 94,21 = 8.666 * 10 = 86.622$

La demanda anual estimada para el servicio de instalación de pisos en cerámica es de 86.622 M2

Construcción liviana : $(44.132 * 12) / 41,61 = 12.728 * 10 = 127.280$

La demanda anual estimada para el servicio de Construcción liviana es de 127.280 M2

Albañilería : $(12.872 * 12) / 99,28 = 1.556 * 10 = 15.560$

La demanda anual estimada para el servicio de Construcción liviana es de 15.560 M2

GRUPO DE MANTENIMIENTO LOCATIVO

Plomería : $(6.252 * 12) / 11,08 = 6.769$

La demanda anual estimada para el servicio de plomería es de 6.769 servicios

Electricidad : $(3.310 * 12) / 18,63 = 2.132$

La demanda anual estimada para el servicio de electricidad es de 2.132 servicios

Aplicación de pintura : $(77.231 * 12) / 29,11 = 31.837 * 10 = 318.370$

La demanda anual estimada para el servicio de Aplicación de pintura es de 318.370 M2

Jardinería : $(4.045 * 12) / 8,45 = 5.743$

La demanda anual estimada para el servicio de Jardinería es de 5.743 servicios

Instalaciones Estándar : $(4.781 * 12) / 9,24 = 6.206$

La demanda anual estimada para el servicio de Instalaciones Estándar es de 6.206 servicios.

Se presenta el cuadro consolidado de los cálculos realizados anteriormente para cada servicio.

Cuadro 24. Demanda anual por unidad de medida (Proyecto – Servicio – M2)

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DEMANDA ANUAL AÑO 1
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	2200
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	1412
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	8666
	Construcción liviana	10M2	12728
	Albañileria	10M2	1556
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	6769
	Electricidad	SERVICIO	2132
	Aplicación de Pintura	10M2	31842
	Jardineria	SERVICIO	5743
	Instalaciones Standart	SERVICIO	6206

2.4.4 Proyección de la demanda.

Se trabajara, teniendo como base el comportamiento historico de la demanda de acuerdo al número de hogares en los estratos 3, 4, 5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga para los últimos 5 años (Ver Cuadro 25).

Cuadro 25. Histórico número de hogares por estrato mercado Objetivo ⁸⁰

ESTRATO	AÑO				
	2015	2104	2013	2012	2011
3	36758	35713	35347	34245	33311
4	49383	47075	44427	42554	41006
5	4742	4638	4235	4095	4060
6	7663	7619	7220	7075	7077
TOTAL	98546	95045	91229	87969	85454

Teniendo en cuenta los datos del cuadro anterior , se determina por medio de la fórmula de tendencia en Excel, la proyección de la demanda para los próximos años de la siguiente manera utilizando el método de los minimos cuadrados.

Formula : $Y = (mx + b)^{81}$

Para el ejemplo se Hallara la proyección de hogares en el estrato 3.

Cuadro 26. Historico cifra de Hogares estrato 3

ESTRATO	AÑO					TOTAL
	2015	2014	2013	2012	2011	
3	36758	35713	35347	34245	33311	175374

⁸⁰ SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS [en línea] [citado 25 de febrero de 2016] Disponible en: http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=ele_com_096

⁸¹ MONOGRAFÍAS. [EN LINEA] DISPONIBLE <http://www.monografias.com/trabajos87/analisis-tendencia-series-tiempo/analisis-tendencia-series-tiempo.shtml>

Cuadro 27. Tabla informativa para Hallar Ecuación

AÑO	X	Y	XY	Xº2	Yº2
2011	1	33311	33311	1	1109622721
2012	2	34245	68490	4	1172720025
2013	3	35347	106041	9	1249410409
2014	4	35713	142852	16	1275418369
2015	5	36758	183790	25	1351150564
TOTAL	15	175374	534484	55	6158322088

Se reemplazan los valores en las siguientes formulas para obtener los valores de (b) y (m).

$$b = \frac{\sum Y \cdot \sum X^2 - \sum X \cdot \sum XY}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} = 32566,2$$

Nota. Este resultado nos indica el punto en donde la recta interseca al eje Y cuando $X = 0$, es decir indica los hogares estimados para el año 2010 igual a 32566.

$$m = \frac{N \sum YX - \sum X \cdot \sum Y}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} = 836,2$$

Nota. Al ser positivo el resultado de (m), indica que existe una tendencia ascendente en el crecimiento de los Hogares, aumentando a un cambio razón promedio de 836,2 por año.

Reemplazando los valores anteriores en la recta de tendencia se obtiene :

$$Y = (mx + b)$$

Para pronosticar la tendencia de numero de Hogares para el año 2016 se reemplaza $X = 6$ en la recta de tendencia, obteniendo el siguiente resultado:

$$Y = [(836,2) * (6)] + 32566,2$$

$$Y = 5017,2 + 32566,2$$

$$Y = 37583,4$$

De esta forma se logra la cifra de Hogares proyectados para el año 2016 en el estrato 3.

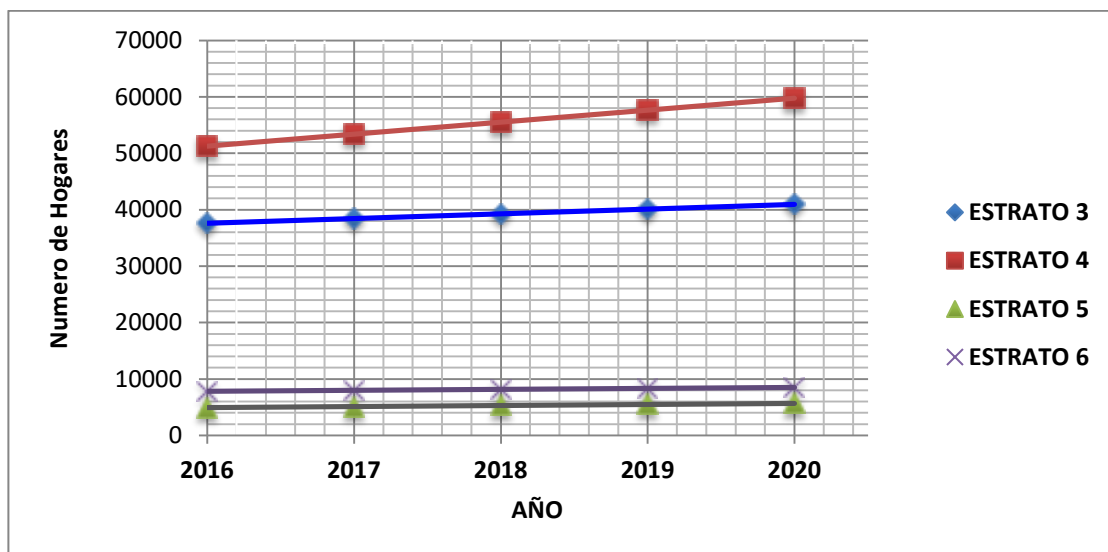
Nota. Este mismo proceso fue aplicado a todos los estratos. Las cifras consolidadas se presentan en el cuadro presentado a continuación.

Cuadro 28. Proyección de la demanda

ESTRATO	AÑO				
	2016	2017	2018	2019	2020
3	37583	38420	39256	40092	40928
4	51272	53399	55527	57654	59782
5	4926	5117	5308	5498	5689
6	7846	8017	8189	8360	8532
TOTAL	101627	104953	108279	111605	114931

Los cálculos echos anteriormente muestran un crecimiento en línea recta según se observa en la siguiente gráfica.

Gráfica 33. Línea recta Proyección demanda



2.5 OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1 Necesidades de Información.

Realizando un buen trabajo de benchmarking se puede reunir información relevante de los principales competidores con la cual se pueden generar planes de acción y diseñar estrategias que garanticen el posicionamiento de la nueva empresa de remodelaciones y mantenimiento para el hogar, en la ciudad de Bucaramanga.

Para determinar características claves de la competencia se necesita realizar un análisis DOFA, que contenga la siguiente información:

- Registros históricos y actuales de las empresas constituidas en cámara de comercio que ofrezcan un portafolio de servicios enfocados a la prestación del servicio de mano de obra en actividades de remodelación y mantenimiento del Hogar.
- Ubicación de los competidores relevantes y no relevantes , para de esta forma poder analizar sus canales de distribución
- Políticas de fijación de precios fijadas por cada competidor, estrategias de negociación, y medios de financiación.
- Analizar el portafolio de servicios de cada competidor para conocer las fortalezas y debilidades de cada servicio.
- Formas de hacer mercadeo y publicidad, para identificar la manera objetiva como están llegando a los clientes potenciales y el sector constructor.

2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia.

En Bucaramanga existen empresas naturales, jurídicas, y contratistas independientes que ofrecen los servicios de mano de obra en actividades de remodelación y/o mantenimiento para el hogar, son estos quienes conforman la torta de la oferta que se encuentra en el mercado, quienes están enfocados en suplir necesidades en especialidades puntuales a la comunidad en general.

Durante los últimos años, la oferta ha sido alta, en la última década y gracias a la globalización, aquellas empresas prestadoras de servicios para remodelaciones de viviendas, han tenido que ajustarse a las nuevas tendencias y formas de construir, así como los procesos exigidos por la ley para cada uno de sus empleados. Enfocándose cada vez más en la calidad del servicio al cliente, lo que está convirtiendo el sector un poco más competitivo y atractivo para salir a mercados extranjeros.

Muchas son las oportunidades para penetrar el mercado ya que la oferta actual carecen de altos estándares de asesoría y servicio al cliente, factores importantes en el desarrollo de cualquier empresa. Como principal fortaleza se evidencia, la capacidad de innovación en el desarrollo de nuevos canales de distribución como estrategia para atraer nuevos clientes.

Es importante conocer de qué manera la oferta actual se está desarrollando y de esta manera definir qué tanto porcentaje de la demanda está cubriendo.

Algunas fortalezas que tienen los ofertantes.

- Trayectoria y experiencia en el sector
- Canal de comercialización directa

- Política de ventas flexible

Se encontraron algunas debilidades de la competencia que ayudan a fortalecer el proyecto permitiéndole un mayor posicionamiento en el mercado.

- Poco enfoque empresarial
- Sus servicios no son integrales
- Ausencia de estrategias de promoción y publicidad

La competencia está conformada por aquellas personas naturales formales e informales, firmas contratistas y empresas especializadas que prestan el servicio como un complementario a su operación principal; en el siguiente cuadro se analizan los 5 competidores más relevantes en este momento.

Cuadro 29. Matriz Competitiva

MATRIX COMPETITIVA							
EMPRESA	PORTAFOLIO PRODUCTOS	PORTAFOLIO DE SERVICIOS MANO DE OBRA	MERCADO OBJETIVO EN MANO DE OBRA	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO PRODUCTOS	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO MANO DE OBRA	DEBILIDAD	FORTALEZA
HOMECENTER	Materiales para construcción y remodelación. Herramientas y productos en general para la decoración y el mejoramiento del hogar.	instalación de pisos y paredes. armado de muebles. servicio de diseño y asesoría en proyectos de remodelación de baños y cocinas.	ESTRATOS 3-4-5	20%	2%	Servicio al cliente procesos complicados. demora en la atención. servicios de mano de obra limitados en su alcance y de alto costo.	Posicionamiento en el mercado. reconocimiento y respaldo. garantía y financiación. variedad de productos. modo en un solo lugar.
FERRETERIA ALDIA	Materiales para construcción y remodelación en general.	Construcción y remodelación de gran escala. se maneja de forma directa con un arquitecto encargado.	ESTRATOS 4-5	22%	7%	Incumplimiento de alto costo del servicio. preferencias por obras de gran embergadura.	Experiencia. Profesionalismo. servicio integral.
HPERCENTRO	Materiales para remodelación y acabados.	Servicio de asesoría de diseño y ejecución en la remodelación de baños y cocinas y pisos.	ESTRATOS 4-5-16-17	5%	5%	Selectividad de clientes. enfoco solo en estratos medios. altos costo. servicio limitado. tercerización del servicio de mano de obra por medio de referidos. lo que eleva lo brindar una garantía directa.	Reconocimiento en el mercado. exclusividad en su portafolio.
CONTRATISTAS FORMALIZADOS	Generalmente no manejan portafolio de material, se enfocan solamente en prestar el servicio de mano de obra, se puede encontrar que estén en la intermediación de la venta de productos muy puntuales.	Construcción de reformas y remodelaciones en general. de pequeña mediana y gran escala. cubren en algunos casos los servicios de asistencia al hogar y mantenimiento.	ESTRATOS 3-4-5	1%	47%	Financiación. incumplimiento en tiempos de ejecución y entrega.	Servicio personalizado. integralidad. asesoría y conocimiento.
MAESTRO INDEPENDIENTE INFORMAL	No manejan portafolio de materiales, generalmente refieren a ferreterías donde son clientes y les brindan beneficios a cambio.	Construcción de reformas y remodelaciones de pequeña y mediana escala. cubren en gran parte los servicios de asistencia al hogar y mantenimiento. locativo.	ESTRATOS 1-2-3-4	0%	39%	informalidad. financiación. Incumplimientos en tiempos de entrega. demoras imprevistas. poco profesionalismo. servicio al cliente. disponibilidad.	Servicio integral. amplia cobertura de actividades. son los que influyen grandemente en la fijación del precio de los servicios en el mercado.

Nota. Los valores presentados en los cuadros de participación son subjetivos apoyados en las consultas realizadas a personas con experiencia vinculadas al gremio desde un poco mas de 20 años, estos datos no cuentan con una fuente que pueda respaldar completamente su veracidad, debido a la poca información en detalle que se pudo encontrar.

A manera de conclusión basados en el estudio realizado a la competencia se pudo confirmar la hipótesis de que gran parte de la participación en la ejecución de este tipo de servicios esta ubicada en el “maestro independiente” y los contratistas formalizados; es decir, que tiene su empresa legalmente constituida y operan en la actividad.

Se evidencia que en empresas como Homecenter el servicio de mano de obra no es su negocio de mayor interés, teniéndolo como un servicio complementario a su operación, de igual forma pasa lo mismo en los Hipercentro y se podría afirmar lo mismo en Ferretería Aldía por su modelo de negocio y estructura.

Las fortalezas encontradas en el “maestro independiente” están respaldadas grandemente por la cultura y tradición de la ciudad y sus debilidades son una gran oportunidad para el desarrollo del proyecto y poder incursionar en la participación que estos tienen.

En las firmas contratistas vemos el desarrollo a futuro del modelo de operación y contratación de este tipo de servicios basados en tendencias que se viven en ciudades principales de nuestro país.

Todo lo anterior en su conjunto plantea un escenario de oportunidad en el posicionamiento del mercado para la nueva empresa implementando estrategias clave que le permitan competir.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se tiene en cuenta la información recolectada en la investigación de mercados, apoyados en la pregunta numero 2, la cual medía que cantidad de la población había utilizado estos servicios; aquí se pudo evidenciar que un 88% de los encuestados lo habían hecho.

En la pregunta numero 7, se identifico que un 61,91% de las personas que utilizaron este tipo de servicios tuvieron una experiencia de compra entre regular y mala (Regular 40,48% - mala 21,43%).

Con estos datos se calcula la demanda insatisfecha de la siguiente manera:

$(\# \text{ de Hogares}) * (\% \text{ de clientes interesados en el servicio}) * (\% \text{ de insatisfacción}) =$
Demanda insatisfecha.

Cuadro 30. Demanda Insatisfecha

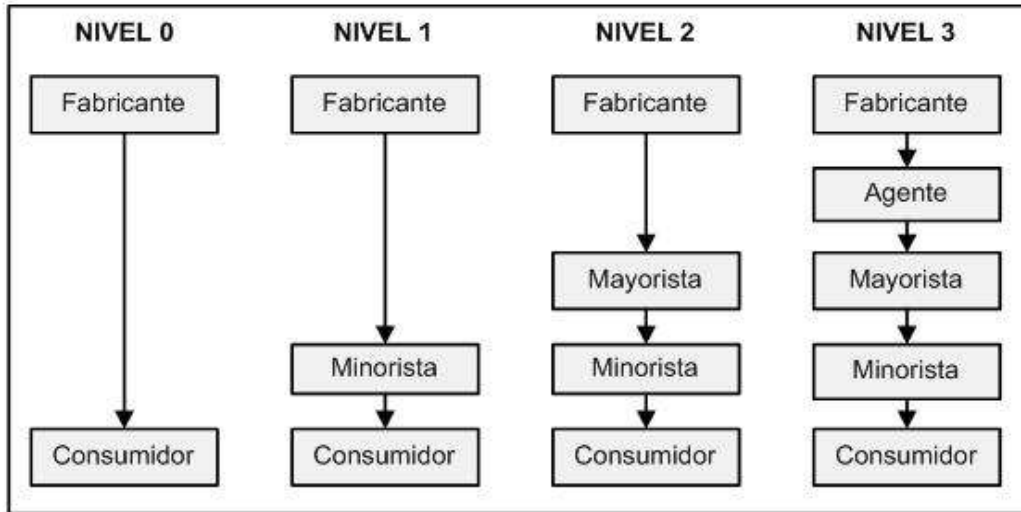
HOGARES	INTERESADOS EN EL SERVICIO	% DE INSATISFACCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA EN # DE HOGARES
98546	88%	61,91%	53689

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

2.7.1 Estructura de los canales actuales

Los canales de distribución o canales de comercialización, son técnicas utilizadas por los productores o vendedores para llevar su producto o servicio a los consumidores finales.

Figura 16. Canales de Distribución.



Fuente. Marketing canales de distribución

2.7.1.1 Nivel 0. Canal directo (Productor - consumidor). El canal más breve y simple para distribuir bienes de consumo y no incluye intermediarios.

Este canal por su sencilla forma de operar es una opción ideal para las intenciones de la nueva empresa.

2.7.1.2 Nivel 1. Canal detallista (Productor - detallista - consumidor). Muchos grandes detallistas compran directamente a los fabricantes y productores y ellos se encargan de su distribución final.

Si se mira desde el punto de vista de la intermediación que se contempla utilizar en la estructura del proyecto, este tipo de canal podría definir su forma de operación. (Especialista – Remodelando Soluciones - Cliente final)

2.7.1.3 Nivel 2. Canal mayorista (Productor- mayorista- detallista- consumidor). Único canal tradicional para los bienes de consumo, en el tipo de servicios a ofrecer no se ajusta en su funcionamiento.

2.7.1.4 Nivel 3. Canal agente / intermediario (Productor - agente - mayorista - detallista -consumidor). Los fabricantes a veces recurren a agentes intermediarios quienes a su vez usan a mayoristas que venden a las grandes cadenas de tiendas o a los pequeños puntos de venta.

En el modelo de negocio planteado para los servicios de remodelación este tipo de canal no es posible contemplarlo.

2.7.2 CANALES DE DISTRIBUCION SERVICIOS

2.7.2.1 Productor – consumidor. Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requiere a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor, por lo tanto, se emplea un canal directo.

2.7.2.2 Productor - agente – consumidor. No siempre se requiere el contacto entre el productor y el consumidor en las actividades de distribución. Los agentes asisten al productor de servicios en la transferencia de la propiedad u otras funciones conexas.

2.7.3 Ventajas y Desventajas de los canales actuales

2.7.3.1 Distribución Canal Directo. Es el nivel más corto, el productor o fabricante vende directamente los productos a los consumidores sin la ayuda de intermediarios.

VENTAJAS

- Control del canal
- Atención personalizada
- Disminución en los costos del servicio
- Prontitud en los tiempos de respuesta

DESVENTAJAS.

- Mayor conexión, mayor costos
- Mayor inversión de activos fijos
- Administración mas costosa
- Limita la cobertura

2.7.3.2 Distribución Canal Indirecto. Este tipo de canal de distribución contiene uno o varios agentes intermediarios, el tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio.

VENTAJAS

- Conexión y amplia cobertura
- Posibilidades de Financiamiento
- Organización en las ventas
- Especialización por zonas o áreas

DESVENTAJAS.

- Menor promoción que los directos

- Menor contribución marginal con relación al precio final de ventas.
- Mantenimiento de stocks
- Aumento en los precios de venta.

2.7.4 Selección de los Canales de Comercialización.

En la operación de Remodelando Soluciones el canal de comercialización seleccionado es un canal directo de cara al cliente final, (Especialistas – Empresa – Cliente), el cual permite una atención personalizada, un seguimiento oportuno del trabajo contratado y un portafolio amplio e integral de servicios, garantizando la disponibilidad del especialista indicado en el momento preciso.

Figura 17. Canal de Comercialización Seleccionado



La principal razón para escoger este canal de distribución (Directo), es poder llegar de una manera más directa a los clientes, esto permite conocer de cerca sus necesidades, de esta manera la empresa implementará nuevas estrategias de ventas brindándoles la mejor opción y solución cumpliendo con cada uno de los requerimientos presentados por el cliente final.

Por otro lado, el contar con un canal directo impacta de manera positiva en los costos, generando mayores ganancias al momento de ofrecer cada uno de los servicios, porque no tiene intermediarios, así se puede entrar al mercado con precios justos, razonables y asequibles.

Trabajando este canal se puede invertir mas en publicidad, promociones y eventos, porque no se le paga a terceros para impulsar los servicios, de esta manera se da conocer la empresa obteniendo un mayor posicionamiento en el mercado.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia.

En este estudio se estima el valor en el mercado que el cliente estará dispuesto a pagar por la prestación de los diferentes servicios de mantenimiento y remodelación para el hogar.

En el siguiente cuadro se relacionan los precios promedio que se manejan en el mercado. (Ver cuadro 31)

Cuadro 31. Precios competencia

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	COMPETENCIA				
				HOME CENTER	FERR. ALDIA	HIPERCENTRO	CONTRATISTA	MAESTRO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	\$1.900.000	\$2.280.000	\$2.470.000	\$1.330.000	\$931.000
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	\$2.200.000	\$2.640.000	\$2.860.000	\$1.540.000	\$1.078.000
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	M2	\$15.900	\$17.500	\$19.900	\$12.900	\$10.000
	Construcción liviana	10M2	M2	\$26.900	\$32.280	\$-	\$18.830	\$13.500
	Albañileria	10M2	M2	\$22.900	\$27.480	\$-	\$16.030	\$14.500
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	\$52.900	\$50.000	\$-	\$37.000	\$25.000
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	\$46.900	\$50.000	\$-	\$35.000	\$30.000
	Aplicación de Pintura	10M2	M2 a 2 manos	\$5.350	\$5.000	\$-	\$3.700	\$2.500
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	\$-	\$-	\$-	\$50.000	\$35.000
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	\$29.900	\$35.000	\$-	\$20.000	\$15.000

La fijación de precios de los servicios de mantenimiento y reparaciones locativas, está dada por el libre juego entre la demanda y la oferta, es decir los precios no son controlados por el Estado.

Factores como la dificultad, el tiempo, el riesgo, los conocimientos técnicos, el daño o labor preventiva, la necesidad, la urgencia y el metraje a trabajar, son característicos en la consolidación del precio por un servicio de remodelación o mantenimiento, lo cual permite argumentar que difícilmente estos se podrían llegar estandarizar.

Las distancias evidenciadas entre la mano de obra formal e informal permiten identificar patrones de posicionamiento respecto al precio definido en gran manera por el mercado al cual están direccionados, siendo esto un aspecto clave en las estrategias de fijación que se tengan para la nueva empresa.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios.

En el gremio de la construcción se manejan unos precios bases estipulados y regulados por CAMACOL (Cámara Colombiana de la Construcción), estos son los valores base para cada una de las actividades de mano de obra civil en el ejercicio de las labores constructivas y de remodelación.

La estrategia de precios contemplada para este proyecto es llegar con un portafolio de servicios con precios totalmente flexibles ajustados al mercado y 100% justos para cada labor a realizar. Donde los clientes identificarán el valor agregado versus la competencia.

Por otro lado se piensa incursionar al mercado con porcentajes de descuentos por números de labores realizadas y clientes referidos, todo está bajo un seguimiento

muy cuidadoso explicado al cliente de una manera clara y específica donde le motivara a referir y trabajar con la nueva empresa.

Remodelando Soluciones manejará la garantía de satisfacción en los servicios prestados; es decir, hasta que el cliente no quede a gusto con el trabajo no se le cobrará la cláusula pendiente por el pago del mismo, ya que según la actividad a realizar se manejaran tipos de pago total o parcial.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos (Informar, Persuadir, Recordar)

- Posicionar a Remodelando Soluciones como primera opción en la mente de la persona del común y corriente, jefes cabeza de hogar y sector inmobiliario de la ciudad.
- Crear una campaña de tomas de barrios objetivos con caravanas y sorpresas al instante para los clientes participantes.
- Ser una excelente experiencia y generar una primera buena impresión ante los clientes que tomen el servicio.
- Consolidar los días domingos una espacio en el medio de publicidad escrito con mayor impacto en la ciudad relacionado a tips y consejos para el mantenimiento del hogar, creando necesidades, impulsando el servicio e incentivando y promoviendo la remodelación en los diferentes espacios del hogar.

- Dar a conocer los factores diferenciadores respecto a la competencia demostrando que Remodelando Soluciones es la mejor opción en el mercado para realizar reparaciones locativas, respaldado por la excelente asesoría brindada, garantía, acompañamiento profesional de inicio a fin del trabajo contratado y amplio portafolio de servicios.

2.9.2 Logotipo

Se diseña cuidadosamente basados en la imagen que se quiere proyectar, considerando como punto de partida factores de creatividad, innovación y calidad, plasmados en un conjunto que los logren identificar.

Al igual un nombre sencillo, propositivo y corto, para una fácil recordación, con lo cual se pretende lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores.

Figura 18. Logotipo



REMODELANDO SOLUCIONES

...Tus proyectos en las mejores manos !!

Representando la casa como especie de fichas de un rompe cabezas, se pretende lograr que las personas identifiquen la empresa como un apoyo en la construcción de su hogar ideal desde el punto de vista locativo.

Con el color naranja se proyecta, calidad, creatividad, y entusiasmo y motivación factores importantes a la hora de querer concretar un deseo de una remodelación. El color rojo proyecta fortaleza, determinación y fuerza con lo que que la nueva empresa pretende transmitir experiencia.

Con el color azul rey, se pretenden resaltar valores de la empresa como el progreso, la seriedad y la responsabilidad lo que ayudara en el objetivo de quedar en la recuerdo positivo de los clientes.

El color verde transmitirá el crecimiento que se quiere lograr como empresa y el sentido amigable con el medio ambiente.

Con la figura de la persona en color blanco posicionando la ficha se quiere transmitir transparencia, acompañamiento, colaboración y servicio al cliente.

Las letras del nombre en color negro y de caligrafía clara proyectan sobriedad, formalidad y poder; factores que permitirá llegar a clientes con perfiles selectivos.

A manera de conclusión se puede decir que la escogencia de estos colores en su conjunto es argumentada en el deseo de proyectar innovación y desarrollo en el sector al que se pertenece.

2.9.3 Slogan.

El lema de la nueva empresa es:

“...Tus Proyectos en las mejores manos!”; y trabaja como complemento al nombre principal.

La combinación de estas palabras conforman una frase que sencillamente significa la mejor opción; es decir, los clientes podrán encontrar en la nueva

empresa la tranquilidad y responsabilidad que escasea en el sector y un equipo humano que trabajará constantemente para cumplir las expectativas con una filosofía clara que va encaminada mas allá de generar ventas en crear relaciones y ser una solución protagonista llena de valor que una eslabones y genere aportes significativos a la sociedad.

2.9.4 Análisis de medios.

Mediante el estudio de mercados se logró identificar cuáles son las herramientas de búsqueda más utilizadas por las personas del segmento escogido.

En la actualidad en la ciudad de Bucaramanga existen diversas formas para que una empresa le llegue a sus clientes potenciales a continuación se analizan las de mayor impacto.

- **Prensa (vanguardia Liberal).** Es el periódico de mayor tradición en la ciudad y uno de los mas importantes del oriente colombiano. Sus publicaciones se realizan de lunes a Domingo los 365 días del año.
- **Directorio Telefónico.** Aunque es un medio que ha ido perdiendo peso con el paso del los años en su presentación física, aun mantiene su protagonismo. En la ciudad el referente es el editado, distribuido y administrado por Tele Bucaramanga el cual también se consigue en presentación virtual.
- **Revistas sectoriales.** Son una tendencia que ha ido cogiendo fuerza, impulsada por los gremios de cada sector, las cuales llegan a perfiles de clientes mas específicos. (Se vende – Se Arrienda, Gente de Cabecera, Gente de Cañaveral, entre otras).

- **Tarjetas de Presentación.** Es una representación de los datos más importantes de la empresa en una tarjeta de 5cm x 9cm tamaño ideal para ser conservado en una billetera. Con la cual se pretende alcanzar una identificación como ofertante de algún tipo de producto o servicio.
- **Vallas Publicitarias.** Son espacios visuales que se ubican estratégicamente en la ciudad donde las empresas exponen sus marcas, propagandas y portafolio de servicios con el fin de alcanzar un reconocimiento.
- **Radio.** Es un medio utilizado para la emisión de mensajes comerciales y de información relevante de una empresa los cuales son conocidos como “cuñas radiales”.
- Las emisoras son divididas en dos frecuencias donde se pueden encontrar en la ciudad entre las mas importantes en la AM, emisoras como (Onda 5, Radio Santander la cariñosa, Colmudo radio, y RCN la radio), y en la frecuencia FM (UIS Stereo, Olímpica stereo, la FM, Rumba Stereo, Tropicana, Oxigeno, radio uno entre otras.
- **Televisión.** La ciudad cuenta con la sede del canal regional del oriente Colombiano conocido como Canal TRO, el cual tiene cobertura a nivel del gran Santander donde cuenta con un alto índice de reconocimiento y audiencia.
- **Internet.** Redes descentralizadas de comunicación y transmisión de información que opera en la mayor parte del mundo.
- **Redes sociales.** Son una tendencia a nivel mundial con un amplio portafolio, entre las mas reconocidas y utilizadas en la ciudad se encuentran (Facebook – Twitter – Instagram)

- **Medios de Mensajería Instantánea.** Entre los mas utilizados en la ciudad esta la plataforma WhatsApp – Messenger de Facebook y Line.
- **Voz a Voz.** Es un medio de tradición en la ciudad de Bucaramanga desde el punto de vista del tipo de servicios que se pretenden ofrecer. Es utilizado desde el núcleo familiar hasta puntos de venta especializados.

2.9.5 Selección de medios.

Partiendo desde la información recolectada en el estudio de mercados, según el tipo de servicio que se quiere ofrecer y el perfil de los clientes potenciales para el proyecto, se escogieron los siguientes medios de comunicación que serán utilizados en la etapa de lanzamiento, reconocimiento y posicionamiento de la nueva empresa en el mercado.

- Revistas especializadas y sectoriales pertenecientes al mercado objetivo
- Diario escrito Vanguardia Liberal
- Cuñas radiales constantes en las emisoras (Onda 5 y Radio Santander la cariñosa) del AM y (la FM de RCN Y Tropicana Stereo) del FM
- Redes Sociales (Facebook – Twitter – Instagram)
- Internet

2.9.6 Estrategias Publicitarias.

Las estrategias publicitarias a utilizar para la implementación y desarrollo del presente proyecto son:

- Se trabajara por crear una alianza con la Lonja de propiedad raíz de Santander y de esta forma poder pautar en las ediciones de la revista “Se vende - Se

arrienda” exponiendo el nombre y logo de la nueva empresa, medios de contacto y portafolio de servicios.

- Se creara un plataforma web participativa donde se pueda tener un contacto con los clientes, brindándoles asesorías básicas y la opción de encontrar el especialista indicado en el momento preciso.
- Se contempla durante el año salir con 2 insertos publicitarios (revistas), 500 revistas en cada salida de 4 hojas cada una; donde se expondrán claramente los servicios que presta la compañía, así como consejos, tendencias, trucos y tips que motiven a las personas a remodelar.

2.9.6.1 Estrategias Publicitarias de lanzamiento

- Se contratara un espacio los días domingos en el periódico Vanguardia liberal por un periodo de 3 meses; donde se resaltara el portafolio de servicio.
- Se creara un Jingle de ritmo pegajoso con un mensaje claro y sencillo donde su mensaje principal sea crear una necesidad relacionada a los servicios prestados por la nueva empresa, el cual se emitirá en los momentos de mayor audiencia del día en las emisoras seleccionadas del AM y FM, durante los primeros 3 meses.
- Se gestionaran espacios de entrevistas en programas radiales relacionados con un nivel de audiencia identificado donde se pueda interactuar al aire con las personas interesadas por medio de dinámicas y concursos, durante el primer mes.
- Durante los primeros 3 meses se contratara un seguimiento, administración y gestión de las redes sociales que garantice un dinamismo de interés lleno de

valor, que las personas empiecen a identificar como una opción donde se encontraran consejos, trucos y tip´s relacionados a la actividad de la empresa.

- El evento de lanzamiento se realizará en el marco de la feria inmobiliaria y de la construcción que se realiza todos los años en la ciudad de Bucaramanga organizado por Camacol en alianza con Fenalco; al cual la nueva empresa asistirá haciendo presencia con un Stand de 1.50*1.70*2.20
- contratado previamente.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

Para la introducción de la empresa en el mercado y para cumplir con los objetivos que se tienen para el primer año se maneja este rubro de la siguiente manera:

2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento. Esta campaña tiene como fecha de inicio un mes antes del día que se realizara el lanzamiento en la feria inmobiliaria, con el principal objetivo de generar expectativa en el público en general apoyados de los medios de comunicación escogidos estratégicamente.

En el cuadro expuesto a continuación se relacionan de forma detallada cada uno de los ítems en los que se invertirá el presupuesto contemplado para el lanzamiento el cuál para el presente proyecto es de \$ 8.498.168. Ver cuadro 32

Cuadro 32. Presupuesto de Lanzamiento campaña de expectativa

ETAPA	CONCEPTO	DESCRIPCION	VALOR MES
AVANZADA DE EXPECTATIVA	RADIO ⁸²	Cuñas radiales de 30 segundos en los espacios de mayor sintonia con caracol radio en emisoras del am y fm	\$424.000
	TV ⁸³	Comercial en vivo de 10 segundos en los espacios de los noticieros regionales del canal TRO	\$394.116
	REVISTAS SECTORIALES	Presencia publicitaria de 7cmt * 4cmt en la revista gente de cabecera y gente de cañaveral	\$300.440
	VANGUARDIA LIBERAL	Presencia publicitaria con un aviso de 7cmt * 4cmt en policromia el primer domingo de cada mes en la primera pagina de clasificados	\$487.200
	INTERNET	Diseño + Montaje + Adm Página web y redes sociales(Dominio + Hosting)	\$1.200.000
EVENTO FERIA INMOBILIARIA	STAND FERIA INMOBILIARIA	Stand de 1.70*1.50 *2,20h esquinero con una mesa y 2 sillas + punto electrico	\$1.500.000
	INVITACIONES	20 Invitaciones entregadas a clientes clave del sector inmobiliario	\$56.000
	SOUVENIR	50 portallaveros con el logo de la empresa	\$75.000
	CARPETA BROCHURE	Carpeta tamaño A4 300 unidades	\$750.000
	TARGETAS DE PRESENTACIÓN	1 millar de targetas en propalcote 240grs full color plastificadas en mate de 90* 55mm	\$90.000
	PENDONES	1 Pendon en pvc impresión gran formato de 1.70 * 80cmt	\$170.000
	HOJAS MEMBRETE	500 hojas membreteadas en papel bond 75gr dos colores	\$135.000
	GASTOS DE PERSONAL	Aquí se contemplan los taxis, alimentación, vestido y demas de las 2 personas que asistiran a la feria	\$280.000
TOTAL :			\$5.861.756

⁸² CARACOL RADIO. [en línea] disponible en <http://www.wradio.com.co/dmz/mediaKit/>

⁸³ ANAL TRO. Canal regional del oriente [en línea] citado 2016 disponible en http://www.canaltro.com/images/descargas/SERVICIOS/ANUNCIANTES-/TARIFAS/TARIFAS_PUBLICITARIAS_CANAL_TRO_2016.pdf

2.9.7.2 Presupuesto De operación. Después del evento de lanzamiento se contemplara un presupuesto de operación para el año siguiente, se aclara que a partir del día del evento en la feria inmobiliaria se inician operaciones para la nueva empresa. A continuación se expone el presupuesto detallado de operación para el primer año.

Cuadro 33. Presupuesto Publicidad y promoción operación primer año

CONCEPTO	DESCIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	PPTO AÑO	PPTO MESUAL
CARPETA BROCHURE	Carpeta tamaño A4 300 unidades	\$750.000	3	\$2.250.000	\$187.500
TARGETAS DE PRESENTACIÓN	1 millar de targetas en propalcote 240grs full color plastificadas en mate de 90* 55mm	\$90.000	3	\$270.000	\$22.500
HOJAS MEMBRETE	500 hojas membreteadas en papel bond 75gr dos colores	\$135.000	3	\$405.000	\$33.750
TALONARIOS DE FACTURA	Talonario * 100 unidades de 20*14cmt en papel quimico dos colores	\$21.000	36	\$756.000	\$63.000
TALONARIOS DE COTIZACION	Talonario * 100 unidades de 20*14cmt en papel quimico dos colores	\$21.000	36	\$756.000	\$63.000
RADIO	Contrato mensual de cuñas radiales de 30 segundos en los espacios de mayor sintonia con caracol radio en emisoras del am y fm	\$424.000	12	\$5.088.000	\$424.000
INTERNET	Administración y soporte Página web + redes sociales	\$208.300	12	\$2.499.600	\$208.300
REVISTAS SECTORIALES	Presencia publicitaria de 7cmt * 4cmt en la revista gente de cabecera y gente de cañaverál	\$300.440	12	\$3.605.280	\$300.440
TOTAL				\$15.629.880	\$1.302.490

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto está dado por la cantidad máxima de servicios a prestar en un periodo de tiempo determinado, considerando los recursos disponibles de la nueva empresa.

La solicitud del servicio varía según los requerimientos del cliente ya sea para trabajos de mantenimiento o de remodelación, de igual forma la dimensión de cada trabajo a realizar y cantidad de obreros necesarios.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto

A continuación se relacionan los factores relevantes que determinan directamente en el tamaño del proyecto:

- **Recurso Humano.** La disponibilidad de este recurso influye directamente en el tamaño y proyección que se quiera tener con la nueva empresa, ya que aquí es donde está el corazón de toda la estructura que se contempla para el presente proyecto; el recurso humano idóneo y profesional determinaran no solo el tamaño sino el éxito de esta propuesta.
- **Demanda.** Tomando como base la información recolectada en el trabajo de campo realizado se evidencia una gran oportunidad de incursionar en el mercado objetivo gracias a la aceptación percibida.
- Teniendo como foco y objetivo principal aquellos hogares que están interesados en alguno de los servicios del portafolio presentado.

- **Suministros e insumos.** Los insumos y suministros están contemplados a los necesarios para cumplir con el oficio administrativo, así como a la dotación requerida del personal tanto comercial como operativo en todo lo relacionado a elementos de protección personal y uniformes de presentación.
- Dentro del proyecto se considera como pieza fundamental la maquinaria y herramientas necesarias para el soporte de las labores operativas y trabajos de campo.
- **Tecnología y equipos.** Como recursos tecnológicos determinantes en el tamaño del proyecto se contempla un software de Diseño, un paquete office actualizado con el 100% de sus aplicaciones, un software de seguimiento a clientes y equipos como computadoras, teléfonos y celulares los cuales garanticen la operación y la comunicación entre los procesos administrativo, operativo y comercial.
- **Localización.** El proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Bucaramanga el cual atenderá las necesidades de remodelación y mantenimiento locativo de los habitantes de estrato 3, 4 , 5 y 6, teniendo como oficina principal, un local de 30 metros cuadrados, ubicado en el sector llamado la gran manzana de la construcción calle 61 con carrera 17.
- **Financiamiento.** Los recursos económicos necesarios requeridos para la puesta en marcha y ejecución del proyecto se concentran en gran parte en la inversión contemplada en publicidad y promoción; campaña de lanzamiento y la avanzada de posicionamiento durante el primer año.

Según el comportamiento y aceptación de la idea en el mercado; se considera contemplar un crédito de libre inversión con una entidad bancaria de la ciudad la cual maneje una tasa de interés atractiva que se ajuste a las proyecciones financieras del mismo.

3.1.3 Capacidad del proyecto

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio. Está determinada por la cantidad máxima de servicios que se pueden realizar en un periodo de tiempo determinado basados en los recursos con los que cuenta la empresa, principalmente el recurso humano, la maquinaria, el equipo y las instalaciones físicas.

Según indicaciones del director de proyecto de grado, la demanda diseñada se calculara con los siguientes criterios:

- 10 instaladores
- 24 horas al día
- 7 días a la semana
- 52 semanas al año

Con la cual se puede producir en promedio al año 182 servicios de remodelación de baño, 182 servicios de remodelación de cocina, 4.659,2 mts² de instalación de cerámica en pisos, 14.560 mts² de instalación de Driwal, 5.460 mts² de mampostería, 13.236 servicios de plomería, 17.472 servicios de Electricidad básica residencial, 12.133,33 mts² de aplicación de pintura, 6.988,80 servicios de jardinería básica y 10.525,30 servicios de instalaciones estándar.

Cuadro 34 Cálculo tiempos capacidad diseñada

Número de Especialistas	Horas trabajadas al día	Días a la semana	Semanas al año	Horas al año	Minutos al año
10	24	7	52	87.360	5.241.600

Cuadro 35. Capacidad diseñada por servicio

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	Especialistas Disponibles	Tiempo laboral horas / año	Tiempo laboral min / año	Tiempo estimado de ejecución por servicio en minutos ⁸⁴	Capacidad servicios * DIA (Turno 1440 Min)	Capacidad servicios semana	Capacidad servicios AÑO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	1	8736	524160	2880,0	0,50	3,50	182,00
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	1	8736	524160	2880,0	0,50	3,50	182,00
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	M2	1	8736	524160	1125,0	1,28	8,96	465,92
	Construcción liviana	10M2	M2	1	8736	524160	360,0	4,00	28,00	1456,00
	Albañileria	10M2	M2	1	8736	524160	960,0	1,50	10,50	546,00
MANTENIMIENTO O LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Básico	1	8736	524160	39,6	36,36	254,55	13236,36
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Básico	1	8736	524160	30,0	48,00	336,00	17472,00
	Aplicación de Pintura	10M2	M2 a 2 manos	1	8736	524160	43,2	33,33	233,33	12133,33
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Básico	1	8736	524160	75,0	19,20	134,40	6988,80
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Básico	1	8736	524160	49,8	28,92	202,41	10525,30

⁸⁴UNAD. rendimiento mano de obra [en línea] disponible en

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102802/102802/leccin_9__rendimientos_de_mano_de_o-bra_en_la_construccion.html

3.1.3.2 Capacidad instalada. Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un proceso de armonización de todos los tiempos requeridos por servicio, tiempos de cobertura de la propuesta, capital humano y equipos disponibles y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo.

La capacidad instalada se calcula con los siguientes criterios:

- 10 instaladores
- 16 horas al día
- 6 días a la semana
- 52 semanas al año
- 0,50 hora de tiempo de ocio

Con estos datos la capacidad de servicios para salir al mercado para el primer año son: 52 servicios de remodelación de baño, 52 servicios de remodelación de cocina, 1.330 mts² de Instalación de pisos en cerámica, 4.160 mts² de instalación de Drywal, 1.560 mts² de Instalación de mampostería, 3.781,82 servicios de plomería, 4.992 servicios de electricidad básica residencial, 3.466, 67 mts² de aplicación de pintura, 1.996,80 servicios de jardinería y 3.007,23 servicios de instalaciones estándar.

La capacidad instalada del proyecto, está definida y conformada de la siguiente manera. Ver cuadro 36

Cuadro 36. Cálculos tiempos capacidad instalada

Número de Especialistas	Horas trabajadas al día	Tiempo Ocioso día en Horas	Días a la semana	Semanas al año	Tiempo ocioso año en Horas	Horas al año trabajadas	Minutos al año
10	16	0,5	6	52	1560	48.360	2.901.600

Cuadro 37. Capacidad instalada por servicio

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	Especialistas Disponibles	Tiempo laboral horas / año	Tiempo laboral min / año	Tiempo estimado de ejecución por servicio en minutos	Capacidad servicios * DIA (Turno 480 Min)	Capacidad servicios semana	Capacidad servicios AÑO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	1	4836	290160	2880,0	0,33	2,00	104,00
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	1	4836	290160	2880,0	0,33	2,00	104,00
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	M2	1	4836	290160	1125,0	0,85	5,12	266,24
	Construcción liviana	10M2	M2	1	4836	290160	360,0	2,67	16,00	832,00
	Albañileria	10M2	M2	1	4836	290160	960,0	1,00	6,00	312,00
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	1	4836	290160	39,6	24,24	145,45	7563,64
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	1	4836	290160	30,0	32,00	192,00	9984,00
	Aplicación de Pintura	10M2	M2 a 2 manos	1	4836	290160	43,2	22,22	133,33	6933,33
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	1	4836	290160	75,0	12,80	76,80	3993,60
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	1	4836	290160	49,8	19,28	115,66	6014,46

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Corresponde a la fracción de la capacidad instalada que se está empleando. Para este caso y según las indicaciones del director de proyecto de grado se inicia con un 50% de la capacidad instalada.

La capacidad utilizada se calculara con los siguientes criterios:

- 10 instaladores
- 8 horas al día
- 6 días a la semana
- 52 semanas al año
- 0,25 hora de tiempo de ocio

A continuación se muestra el numero de servicios por especialidad para el año 1.
Ver cuadro 38

Cuadro 38. Utilizada y proyectada

Número de Especialistas	Horas trabajadas al día	Tiempo Ocioso día en Horas	Dias a la semana	Semanas al año	Tiempo ocioso año en Horas	Horas al año trabajadas	Minutos al año
10	8	0,25	6	52	780	24.180	1.450.800

Cuadro 39. Capacidad Utilizada

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	Especialistas Disponibles	Tiempo laboral horas/año	Tiempo laboral min/año	Tiempo estimado de ejecución por servicio en minutos	Capacidad de servicios DIA (Turno 480 Min)	Capacidad de servicios semana	Capacidad de servicios AÑO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	1	2418	145080	2880,0	0,17	1,00	52,00
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	1	2418	145080	2880,0	0,17	1,00	52,00
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	M2	1	2418	145080	1125,0	0,43	2,56	133,12
	Construcción liviana	10M2	M2	1	2418	145080	360,0	1,33	8,00	416,00
	Albañileria	10M2	M2	1	2418	145080	960,0	0,50	3,00	156,00
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	1	2418	145080	39,6	12,12	72,73	3781,82
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	1	2418	145080	30,0	16,00	96,00	4992,00
	Aplicación de Pintura	10M2	M2 a 2 manos	1	2418	145080	43,2	11,11	66,67	3466,67
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	1	2418	145080	75,0	6,40	38,40	1996,80
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	1	2418	145080	49,8	9,64	57,83	3007,23

Capacidad proyectada. La capacidad proyectada se refiere al nivel de producción o de prestación de servicios que la empresa está en condiciones de ofrecer durante los próximos cinco años de operación con un porcentaje de uso que aumenta año tras año.

La proyección se realiza basados en el informe de estudios económicos expuesto por Camacol en Mayo de 2016 donde indica que el sector crecerá un 3,9% y el mercado un 3,4%.⁸⁵

Según lo expuesto se estimara un porcentaje de crecimiento del 5% de la capacidad instalada proyectado a los próximos 5 años.

Se parte para el año 1 con la capacidad utilizada del proyecto y cada año adicional se trabaja con el 55% - 60% - 65% - 70% de la capacidad instalada.

Cuadro 40. Capacidad proyectada

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	Capacidad instalada	Capacidad utilizada año 1	Año 2 55%	Año 3 60%	Año 4 65%	Año 5 70%
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m ² máximo de cerámica entre piso y pared)	104,00	52,00	57,20	62,40	67,60	72,8
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m ² máximo de cerámica entre piso y pared)	104,00	52,00	57,20	62,40	67,60	72,8
	Instalación de Pisos Ceramica	10M2	M2	266,24	133,12	146,43	159,74	173,06	186,368
	Construcción Diviana	10M2	M2	832,00	416,00	457,60	499,20	540,80	582,4
	Albañileria	10M2	M2	312,00	156,00	171,60	187,20	202,80	218,40
MANTENIMIENTO LOCALIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	7563,64	3781,82	4160,00	4538,18	4916,36	5294,55
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	9984,00	4992,00	5491,20	5990,40	6489,60	6988,80
	Aplicación de Pintura	10M2	M2 2 manos	6933,33	3466,67	3813,33	4160,00	4506,67	4853,33
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	3993,60	1996,80	2196,48	2396,16	2595,84	2795,52
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	6014,46	3007,23	3307,95	3608,67	3909,40	4210,12

⁸⁵ CAMACOL la proyección se realiza [en línea] citado mayo de 2016 disponible en http://camacol.co/sites/default/files/secciones_internas/Informe%20econ%C3%B3mico%2078_0.pdf

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización.

El proyecto está localizado en el municipio de Bucaramanga, departamento de Santander / Colombia.

Figura 19. Ubicación geográfica Área de influencia del proyecto ⁸⁶



3.2.2 Micro localización.

Para el funcionamiento de la nueva empresa se han considerado tres zonas ubicadas en lugares estratégicos de la ciudad como lo son:

Zona 1. Calle 61

Zona 2. Provenza Calle 105

Zona 3. San francisco

⁸⁶ CAMACOL la proyección se realiza [en línea] citado mayo de 2016 disponible en http://camacol.co/sites/default/files/secciones_internas/Informe%20econ%C3%B3mico%2078_0.pdf

Las cuales llenan las expectativas y cumplen con los requisitos de carácter general para el funcionamiento; donde se le brindará al cliente los servicios de oficina, información y asesorías empresariales que requiera.

Para seleccionar de una manera imparcial, acorde y estratégica el local más conveniente, se utilizó como herramienta de selección la técnica de Ponderación de factores y Puntuación de grados, (Ver cuadro 41).

Cuadro 41. Análisis Factores Relevantes de Micro localización

SIGLA	FACTOR	GRADO	DESCRIPCION	VALORACION
F1	Costo arrendamiento Instalaciones	1	Mayor a \$ 3.000.001	Muy costoso
		2	Entre \$ 1.500.001 y \$3.000.000	Costoso
		3	Entre \$ 800.000 Y \$ 1.500.000	Economico
F2	Costo servicios publicos	1	Mas de \$ 1.200.001	Muy costoso
		2	Entre \$ 800.000 y \$ 1.200.000	Costoso
		3	Menos a \$ 800.000	Economico
F3	Infraestructura disponible	1	El local cuenta con poca área	Malo
		2	El local cuenta con buena área	Regular
		3	El local cuenta con suficiente área	Bueno
F4	Ubicación estrategica actividad comercial	1	Entorno desfavorable	Malo
		2	Entorno medio	Regular
		3	Entorno acorde y Propicio	Bueno
F5	Tráfico de Clientes potenciales por el sector	1	Esporadico	Malo
		2	Medio	Regular
		3	Alto	Bueno
F6	Acceso a parqueadero	1	No hay sitio disponible para parqueo	Malo
		2	El sitio de parqueo es reducido	Regular
		3	El sitio de parqueo es adecuado	Bueno

El valor de los porcentajes de ponderación se determina de manera subjetiva y se obtienen con un valor máximo de 1.000 puntos. (Ver cuadros 42 y 43)

Cuadro 42. Ponderación estudio de Microlocalización

SIGLA	PUNTAJE ASIGNADO	FACTOR	GRADO	DESCRIPCION	VALORACION	PUNTAJE	PONDERACION
F1	300	Costo arrendamiento Instalaciones	1	Mayor a \$ 3.000.001	Muy costoso	0	30%
			2	Entre \$ 1.500.001 y \$3.000.000	Costoso	120	
			3	Entre \$ 800.000 Y \$ 1.500.000	Economico	180	
F2	100	Costo servicios publicos	1	Mas de \$ 1.200.001	Muy costoso	0	10%
			2	Entre \$ 800.000 y \$ 1.200.000	Costoso	100	
			3	Menos a \$ 800.000	Economico	200	
F3	100	Infraestructura disponible	1	El local cuenta con poca área	Malo	0	10%
			2	El local cuenta con buena área	Regular	40	
			3	El local cuenta con suficiente área	Bueno	60	
F4	200	Ubicación estrategica actividad comercial	1	Entorno desfavorable	Malo	0	20%
			2	Entorno medio	Regular	80	
			3	Entorno acorde y Propicio	Bueno	120	
F5	200	Trafico de Clientes potenciales por el sector	1	Esporadico	Malo	0	20%
			2	Medio	Regular	90	
			3	Alto	Bueno	110	
F6	100	Acceso a parqueadero	1	No hay sitio disponible para parqueo	Malo	0	10%
			2	El sitio de parqueo es reducido	Regular	40	
			3	El sitio de parqueo es adecuado	Bueno	60	
TOTAL	1000					1000	100%

Cuadro 43. Asignación de puntos alternativas de ubicación

FACTOR	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
	CALLE 61		PROVENZA CALLE 105		SAN FRANCISCO	
	GRADO	PUNTO	GRADO	PUNTO	GRADO	PUNTO
F1	3	180	2	120	2	120
F2	3	200	3	200	3	200
F3	1	0	2	40	3	40
F4	3	120	1	0	2	80
F5	3	110	2	90	3	110
F6	2	40	2	40	3	60
TOTAL		650		490		610

De acuerdo con los resultados obtenidos al aplicar el método de puntos se determinó como el mejor sector para la ubicación de la empresa “Remodelando Soluciones” el sector de la calle 61, donde se encontró una casa con un canon de arrendamiento por valor de \$950.000 y servicios públicos por un valor promedio de \$230.000 mensuales de acuerdo a lo que se prevé consumir según las actividades a desarrollar en la empresa.

La zona seleccionada es la de mayor comercio de la ciudad en productos de la construcción y la remodelación, adicional a esto según el nuevo POT para la ciudad de Bucaramanga la ubicación es pertinente para empresas de este tipo la cual genera un gran impacto social en el complemento del sector.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta el enfoque del proyecto; se contemplan perfiles de conocimiento técnico en las diferentes áreas funcionales de la empresa los cuales se listan a continuación:

Administrativos. Conocimiento en paquetes contables, jurídica, paquete office, archivo, seguimiento y atención al cliente.

Comerciales. Conocimiento general en el área de la construcción, estrategias de ventas, seguimiento y atención al cliente.

Operativos.

- Conocimientos básicos en obras civiles, arquitectura, supervisión de obras, seguimiento y atención al cliente.
- Conocimientos técnicos certificados en plomería, electricidad, jardinería, construcción, aplicación de pintura, armado e instalación de productos estándar.

3.3.1 Ficha técnica del servicio

La agrupación de diferentes perfiles de conocimiento con competencias específicas permite garantizar el portafolio del proyecto.

A continuación se presenta la ficha técnica de la propuesta y de cada uno de los servicios.

Cuadro 44. Ficha técnica de la propuesta

FICHA TECNICA DE LA PROPUESTA EN GENERAL	
Servicio Principal	Características
Actividades de remodelación y mantenimiento en el hogar.	Mano de Obra calificada
	Cumplimiento en tiempos de ejecución
	Disponibilidad las 24 horas del día y los 7 días de la semana
	Asesoría Personalizada
	Servicio al cliente de Excelencia
	Responsabilidad - confianza y Honestidad
Subdivisión	2 Grupos
Grupo 1	Remodelaciones
Numero de Servicios	5 (R. Baño - R. De cocina - Inst. Pisos - Const. Liviana - Albañilería)
Grupo 2	Mantenimiento Locativo
Numero de Servicios	5 (Plomería - Electricidad - Pintura - Jardinería - Inst. Estandar)
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada preferiblemente con nivel de educación técnica y/o tecnológica en la especialidad que va a desempeñar, como mínimo CAP del SENA.
Contacto presencial	Lunes a Sabado : 8am - 5pm Domingos y festivos : 8am - 12m
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto y tipo de servicio a realizar
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño, agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Util	Dependiendo el tipo de trabajo a realizar
Garantía	1 año

Cuadro 45. Ficha técnica servicio de Remodelación de Baño

FICHA TECNICA DEL SERVICIO REMODELACION DE BAÑO	
Servicio Principal	Caracteristicas
Remodelación de Baño	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Desmonte e instalación de batería sanitaria y lavamanos + espejo
	Desmonte de divisiones de baño
	Desmonte e instalación de juego de accesorios y grifería ducha
	Picado - retiro - e instalación de cerámica en área de piso y pared
	Alistamiento de superficies
	Traslado y disposición de escombros
	Adecuaciones generales de pintura y aseo de obra
Grupo	Remodelaciones
Unidad de Medida	Proyecto
Alcance	20m2 máximo de cerámica entre piso y pared + labores generales
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades de remodelación Integral de baños, con niveles de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sábado de 8am a 5 pm
Duración	Para el alcance relacionado 48 Horas por servicio
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Pago - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Útil	5 años por actualización de tendencias
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación

Cuadro 46. Ficha técnica servicio de Remodelación de Cocina

FICHA TECNICA DEL SERVICIO REMODELACION DE COCINA	
Servicio Principal	Características
Remodelación de Cocina	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Desmonte de gabinetes actuales
	Acondicionamiento de área estructuralmente
	Picado - retiro - e instalación de cerámica en área de piso y pared
	Modificación y traslado de puntos hidráulicos y eléctricos si aplica
	Alistamiento de superficies
	Traslado y disposición de escombros
	Adecuaciones generales de pintura y aseo de obra
Grupo	Remodelaciones
Unidad de Medida	Proyecto
Alcance	20m2 máximo de cerámica entre piso y pared + labores generales
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades de remodelación Integral de cocinas, con conocimientos certificados en manipulación de redes de gas y gasodomesticos y nivele de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sabado de 8am a 5 pm
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Útil	10 años por actualización de Tendencias
Garantía	1 año en la obra realizada
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación

Cuadro 47. Ficha técnica servicio de Remodelación de Pisos.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO REMODELACION DE PISOS	
Servicio Principal	Características
Instalación de Pisos	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Demolición - rayado o picado de revestimientos actuales*
	Acondicionamiento de superficie*
	Nivelación de mortero de ser necesario*
	Instalación de cerámica en área intervenida
	Emboquillado de superficie
	Instalación de guarda escoba lineal*
	Traslado y disposición de escombros*
Adecuaciones generales de aseo de obra	
Grupo	Remodelaciones
Unidad de Medida	Metro cuadrado
Alcance mínimo	10 mt ²
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades de instalación de pisos en cerámica, y nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sábado de 8am a 5 pm
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Útil	10 años por actualización de Tendencias
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 48. Ficha técnica servicio de Construcción Liviana.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE CONSTRUCCION LIVIANA	
Servicio Principal	Características
Instalación de Drywall	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Acondicionamiento del área
	Montaje de estructura
	Montaje de sistema liviano
	Perforación para balas empotradas*
	Curado de Juntas
	Aplicación de Mastique
	Lijado
	Aplicación de pintura*
	Traslado y disposición de escombros*
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Remodelaciones
Unidad de Medida	Metro cuadrado
Alcance mínimo	10 mt2
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades de instalación de sistemas livianos de construcción con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sabado de 8am a 5 pm
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y movil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Util	5 Años por Uso
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 49. Ficha técnica servicio de Albañilería.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE ALBAÑILERIA	
Servicio Principal	Características
Instalación Mampostería en ladrillo de arcilla	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Acondicionamiento del área
	Cálculo de refuerzos en hierro*
	Excavación*
	Amarre Vigas y columnas en Hierro*
	Fundición de vigas y columnas*
	Instalación de ladrillo de arcilla
	Friso*
	Estuco y pintura*
	Traslado y disposición de escombros*
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Remodelaciones
Unidad de Medida	Metro cuadrado
Alcance mínimo	10 mt2
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades integrales de Albañilería con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sábado de 8am a 5 pm
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Pago - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Útil	10 Años por adecuaciones
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 50. Ficha técnica servicio de Plomería.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE PLOMERIA	
Servicio Principal	Características
Plomeria	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Diagnostico del problema
	Exposición de posible opciones de solución
	Ejecución
	Traslado y disposición de escombros*
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Mantenimiento locativo
Unidad de Medida	Servicio
Alcance minimo	Basico
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades integrales de Plomeria con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sabado de 8am a 5 pm
Duracion	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y movil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Util	1 Año por uso
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 51. Ficha técnica servicio de Electricidad.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE ELECTRICIDAD	
Servicio Principal	Características
Electricidad Basica Residencial	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Diagnostico del problema
	Exposición de posible opciones de solución
	Ejecución
	Traslado y disposición de escombros*
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Mantenimiento locativo
Unidad de Medida	Servicio
Alcance minimo	Basico
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades integrales de electricidad residencial con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sabado de 8am a 5 pm
Duracion	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y movil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Util	1 Año por uso
Garantia	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 52. Ficha técnica servicio de Pintura.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE ELECTRICIDAD	
Servicio Principal	Características
Aplicación de Pintura	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Acondicionamiento de superficie
	Resanes
	Lijado
	Estuco*
	Aplicación de pintura a 2 manos
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Mantenimiento locativo
Unidad de Medida	Servicio
Alcance mínimo	10 mt2
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades integrales de Aplicación de Estuco y Pintura, con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sábado de 8am a 5 pm
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Útil	1 Año por uso
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 53. Ficha técnica servicio de Jardinería.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE JARDINERIA	
Servicio Principal	Características
Jardineria	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Diseño de Jardines*
	Limpieza de zonas verdes
	Poda de arbustos
	Plantación
	Mantenimiento general
	Empaque, traslado y disposición de escombros*
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Mantenimiento locativo
Unidad de Medida	Servicio
Alcance mínimo	Hora
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades integrales de jardinería y mantenimiento de zonas verdes, con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sábado de 8am a 5 pm
Duración	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Pago - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y móvil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Útil	3 Meses por naturaleza
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación
*Actividades adicionales	

Cuadro 54. Ficha técnica servicio de Instalaciones Estándar.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO INSTALACIONES ESTANDAR	
Servicio Principal	Características
Instalación Estandart	Asesoría personalizada de inicio a fin
	Diagnostico objeto a instalar
	Acondicionamiento de area
	Armado y fijación
	Adecuaciones generales de aseo de obra
Grupo	Mantenimiento locativo
Unidad de Medida	Servicio
Alcance minimo	Servicio Basico
Especificaciones técnicas	
Perfil Profesional	Personal con experiencia certificada por CAP del SENA de mínimo 1 año en actividades de armado, montaje e instalación de muebles, cortinas, persianas, organizadores y accesorios decorativos para el hogar; con nivel de educación secundaria terminada o en validación.
Horario	lunes a sabado de 8am a 5 pm
Duracion	Sujeta al tamaño del proyecto
Precio	Ajustado al mercado; Sujeto al tamaño del proyecto
Proceso	Solicitud de servicio - Agendamiento - Visita - Asesoría - Planeación de propuesta - Exposición - Aprobación - Págo - Programación - Ejecución - Supervisión - Entrega a satisfacción - Encuesta servicio al cliente - Seguimiento - Garantía.
Tecnología Utilizada	Medios de comunicación fijo y movil, Internet, Software de diseño agendamiento y seguimiento de obras.
Vida Util	5 años por uso
Garantía	1 año en mano de obra
Innovación	Contacto efectivo al instante - Servicio Integral - Disponibilidad - Cobertura - Planeación

3.3.2 Descripción técnica del proceso.

La operación de “ Remodelando Soluciones “ esta estructurada en dos sencillos procesos, asignados para cada grupo de servicios.

3.3.2.1 Proceso Grupo de Remodelaciones. Inicia desde el momento que ingresa una orden de servicio al sistema por cualquier medio disponible para su recepción ya sea por contacto presencial, telefónico, o por internet. (Se le llama orden de servicio a la solicitud inicial del cliente para verificación de un trabajo a realizar).

Seguida por el respectivo Agendamiento, visita, Asesoría, planeación, diseño, calculo de presupuesto, cotización y exposición de la propuesta, continuando según su grado de efectividad. (Ver cuadro 54 proceso detallado).

3.3.2.2 Proceso Grupo Mantenimiento locativo. Inicia desde el momento que ingresa una orden de servicio al sistema por cualquier medio disponible para su recepción ya sea por contacto presencial, telefónico, o por internet.

Seguida por el Agendamiento, visita de verificación y/o Instalación, y emisión de cotización al instante, continuando según su grado de efectividad. (Ver cuadro 55 proceso detallado).

Cuadro 55. Proceso Grupo de Remodelaciones.

Ingreso Orden de servicio	Agendamiento	Confirmación	Visita	Asesoría
<p>Esta orden ingresa ya sea por contacto presencial, telefonico o virtual.</p>	<p>En un plazo no mayor a 2 Horas se realiza contacto con el cliente para coordinar la fecha y hora del servicio segun disponibilidad del cliente y cronograma disponible de visitas.</p>	<p>Se debe establecer contacto con el cliente a cargo del supervisor encargado de la visita para confirmar el servicio, una hora antes de la hora programada o en su defecto el día anterior si la visita se ra realizada a primera hora del día siguiente.</p>	<p>En esta se revisa el trabajo a realizar y la factibilidad tecnica del mismo, asi como la asesoria inicial de la viabilidad del proyecto.</p>	<p>Esta se inicia en el paso anterior y se complementa en reunion adicional junto con el cliente en caso de ser necesaria.</p>

Continúa cuadro 55. Proceso Grupo de Remodelaciones.

Planeación	Diseño	Calculo de presupuesto	Cotización	Exposición de la propuesta
<p>Según la información recolectada y acuerdos establecidos en los dos pasos anteriores se planea la propuesta mas ajustada a la necesidad teniendo en cuenta los diferentes factores relevantes de desición evidenciados.</p>	<p>Se realiza diseño si aplica para el servicio que se este trabajando, según las indicaciones suministradas por la etapa de planeación.</p>	<p>Se presupuesta la propuesta según lo que se planea y se diseña, estos presupuestos deben arrojar un consolidado de mano de obra y de cantidad de materiales requeridos.</p>	<p>Se emite cotización formal de mano de obra y listado de materiales del proyecto a ejecutar.</p>	<p>Se concreta cita con el cliente de forma presencial donde el cliente prefiera; si por (x o y) motivo no se puede establecer cita de forma presencial se envía al correo del cliente (Esta ultima opción se utiliza si y solo sí, el cliente se encuentra fuera de la ciudad o el país), se expone la propuesta</p>

Continúa cuadro 55. Proceso Grupo de Remodelaciones.

Orden No efectiva	Orden Efectiva	Págo	Programación	Inicio de Obra
<p>Se finaliza el proceso y se archiva carpeta de cliente.</p>	<p>Se realiza legalización documental (factura, contratos y demas)</p>	<p>Se realiza págo del 100% del valor de la mano de obra del proyecto por medio de alguna de las modalidades disponibles (Efectivo - Tarjeta debito - Tarjeta de credito - Cheque entidad financiera o soporte de entidad financiadora)</p>	<p>despues de recibir la orden "Proyecto 100% efectivo" por parte del área financiera se llama al cliente para programar inicio de obra, según cronograma disponible.</p>	<p>Se debe establecer contacto con el cliente a cargo del supervisor encargado de la obra para confirmar el inicio de la misma, una hora antes de la hora programada o en su defecto el día anterior si el inicio esta programado a primera hora del día siguiente./ Se realiza presentación de la cuadrilla a cargo y se accede al predio con la respectiva herramienta.</p>

Continúa cuadro 55. Proceso Grupo de Remodelaciones.

Ejecución del Proyecto	Supervisión	Entrega a satisfacción	Garantía	Fidelización
Se inician los trabajos contratados	Se realiza supervisión periódica a cargo del supervisor encargado según dimensión del proyecto, nunca menor a una visita por servicio, diferente a la de la entrega final de la obra./ Se llena formato de avance, se firma por el cliente y se entrega copia del formato.	Se realiza entrega al cliente del proyecto contratado sin ninguna novedad	Posterior a la fecha de entrega de la obra empieza a correr un año de garantía en mano de obra por el servicio prestado.	Junto al periodo de garantía se realizarán 3 contactos anuales con el cliente donde uno de ellos será envío de un presente por el día de su cumpleaños y los dos restantes a manera de saludo e información de promociones vigentes.

Cuadro 56. Proceso Grupo Mantenimiento Locativo.

Ingreso Orden de servicio	Agendamiento	Confirmación	Visita
<p>Esta orden ingresa ya sea por contacto presencial, telefonico o virtual.</p>	<p>En un plazo no mayor a 2 Horas se realiza contacto con el cliente para coordinar la fecha y hora del servicio segun disponibilidad del cliente y cronograma disponible de visitas.</p>	<p>Se debe establecer contacto con el cliente a cargo del supervisor encargado de la visita para confirmar el servicio, una hora antes de la hora programada o en su defecto el día anterior si la visita será realizada a primera hora del día siguiente.</p>	<p>En esta visita se revisa puntualmente el trabajo relacionado al servicio solicitado, Se ejecuta de una vez si pertenece al servicio de Instalación estandar, teniendo en cuenta que este servicio se cancela según lo que se quiera instalar, al momento de solicitar el servicio, si el trabajo es diferente a este, se toman medidas para realizar presupuesto.</p>

Continúa cuadro 56. Proceso Grupo de Mantenimiento Locativo.

Cotización al instante	Cotización no efectiva	Cotización efectiva	Págo
<p>Basados en la información suministrada por el paso anterior se realiza cotización Express, donde el cliente sabrá cuanto cuesta el trabajo que requiere.</p>	<p>Se finaliza el proceso y se archiva carpeta de cliente.</p>	<p>Se realiza legalización documental, contratos y demas, se emite factura.</p>	<p>Se realiza págo del 100% del valor de la mano de obra del trabajo a realizar por medio de alguna de las modalidades disponibles (Efectivo - Tarjeta debito - Tarjeta de credito - Cheque entidad financiera o soporte de entidad financiadora)</p>

Continúa cuadro 56. Proceso Grupo de Mantenimiento Locativo.

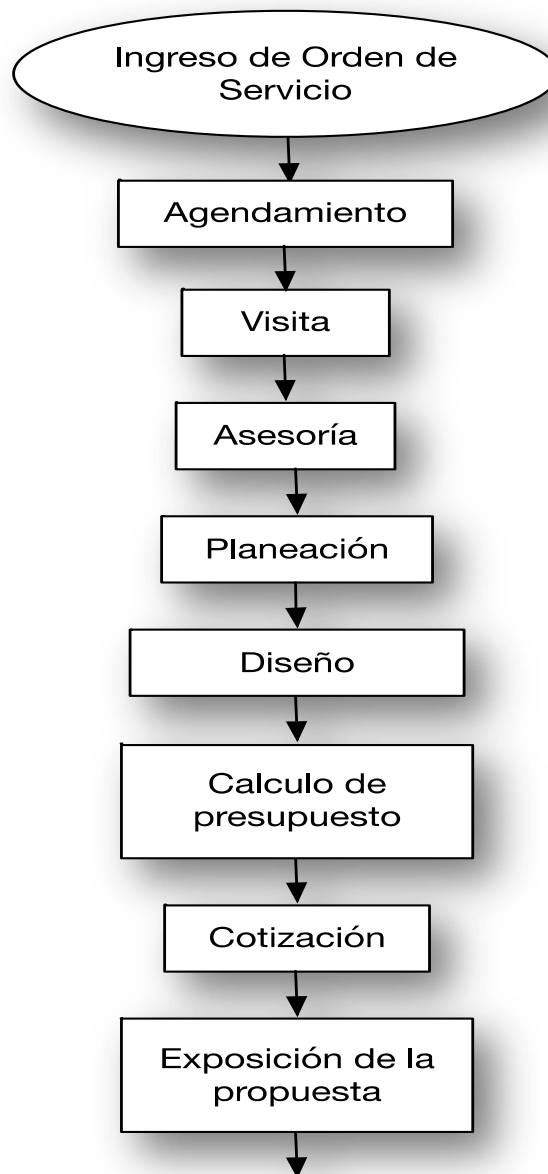
Cotización al instante	Cotización no efectiva	Cotización efectiva	Págo
<p>Basados en la información suministrada por el paso anterior se realiza cotización Express, donde el cliente sabrá cuanto cuesta el trabajo que requiere.</p>	<p>Se finaliza el proceso y se archiva carpeta de cliente.</p>	<p>Se realiza legalización documental, contratos y demas, se emite factura.</p>	<p>Se realiza págo del 100% del valor de la mano de obra del trabajo a realizar por medio de alguna de las modalidades disponibles (Efectivo - Tarjeta debito - Tarjeta de credito - Cheque entidad financiera o soporte de entidad financiadora)</p>

Continúa cuadro 56. Proceso Grupo de Mantenimiento Locativo.

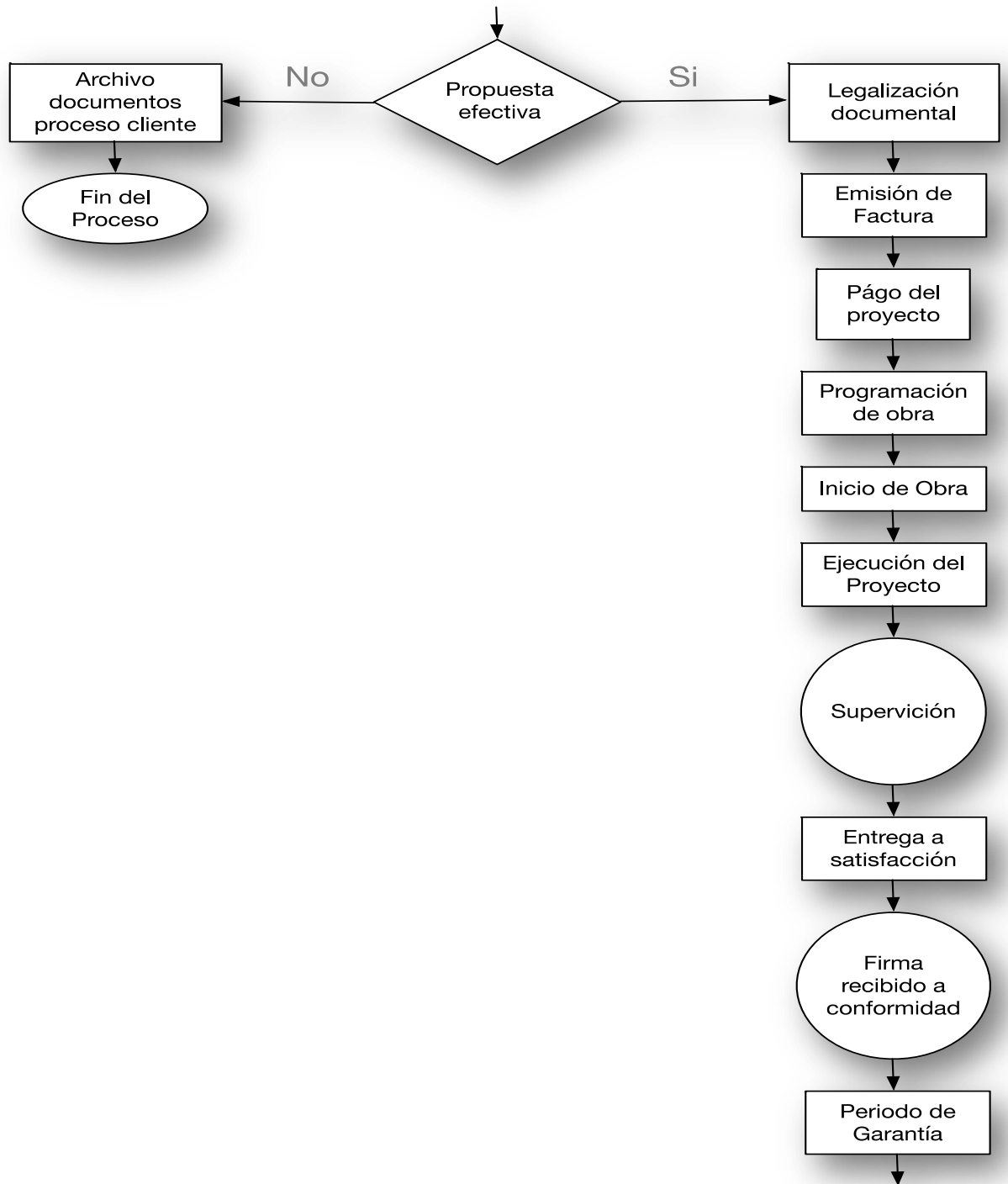
Programación	Inicio de servicio	Entrega a satisfacción	Garantía	Fidelización
<p>Después de recibir la orden "Cotización 100% efectiva" por parte del área financiera se llama al cliente para programar inicio del servicio, según cronograma disponible.</p>	<p>Se debe establecer contacto con el cliente a cargo del supervisor encargado del servicio para confirmar el inicio del mismo, una hora antes de la hora programada o en su defecto el día anterior si el inicio está programado a primera hora del día siguiente./ Se realiza presentación del especialista y/o cuadrilla a cargo y se accede al predio con la respectiva herramienta.</p>	<p>Se realiza entrega al cliente del servicio contratado sin ninguna novedad</p>	<p>Posterior a la fecha de entrega del servicio empieza a correr un año de garantía en mano de obra.</p>	<p>Junto al periodo de garantía se realizarán 3 contactos anuales con el cliente donde uno de ellos será envío de un presente por el día de su cumpleaños y los dos restantes de manera de saludo e información de promociones vigentes.</p>

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. A continuación se presenta los diagramas de procedimientos para la prestación de los servicios de Remodelación y Mantenimiento locativo. (Ver figuras 20y 21)

Figura 20. Diagrama de flujo proceso servicios de Remodelación



Continuación figura 20. Diagrama de flujo proceso servicios de Remodelación



Continuación figura 20. Diagrama de flujo proceso servicios de Remodelación

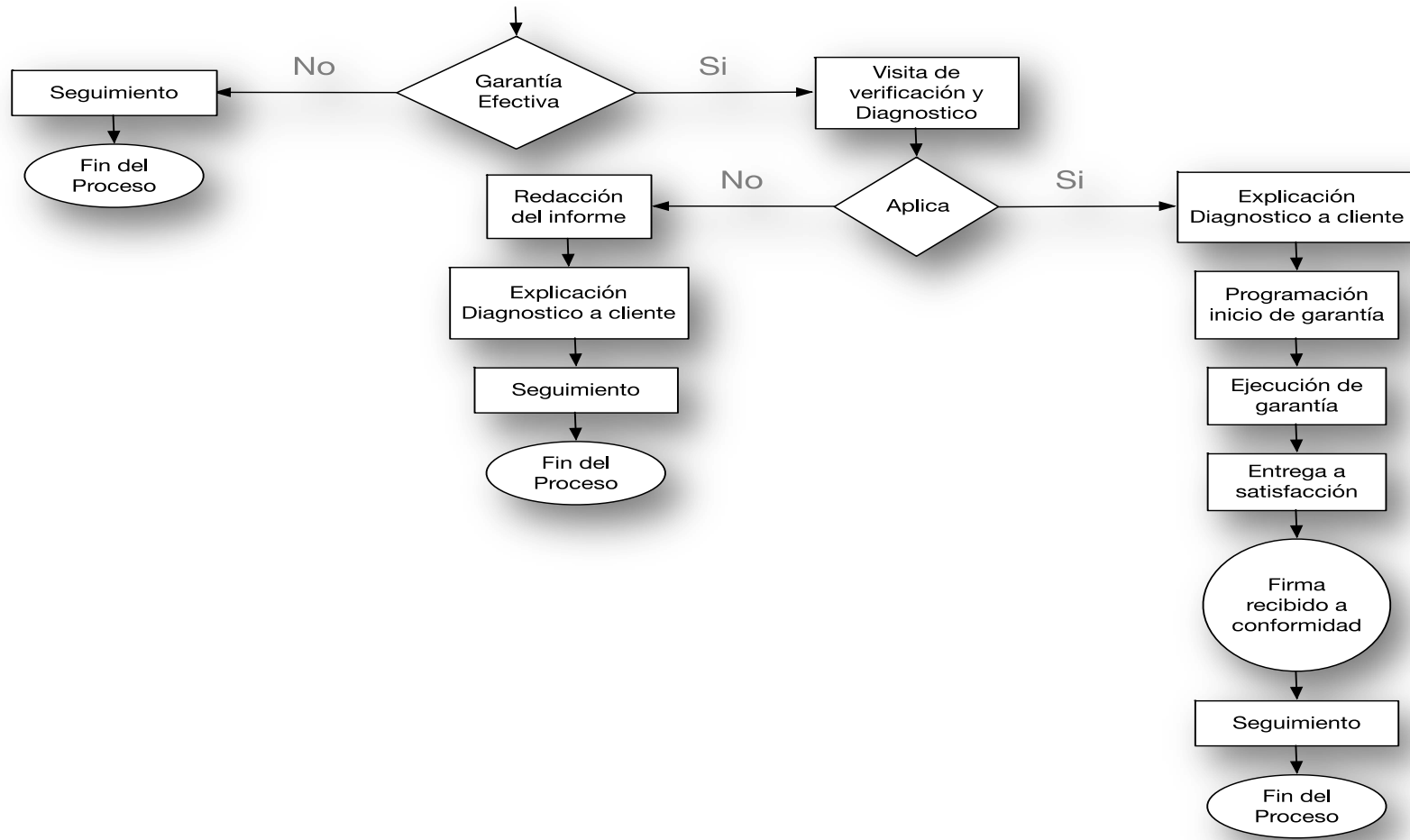
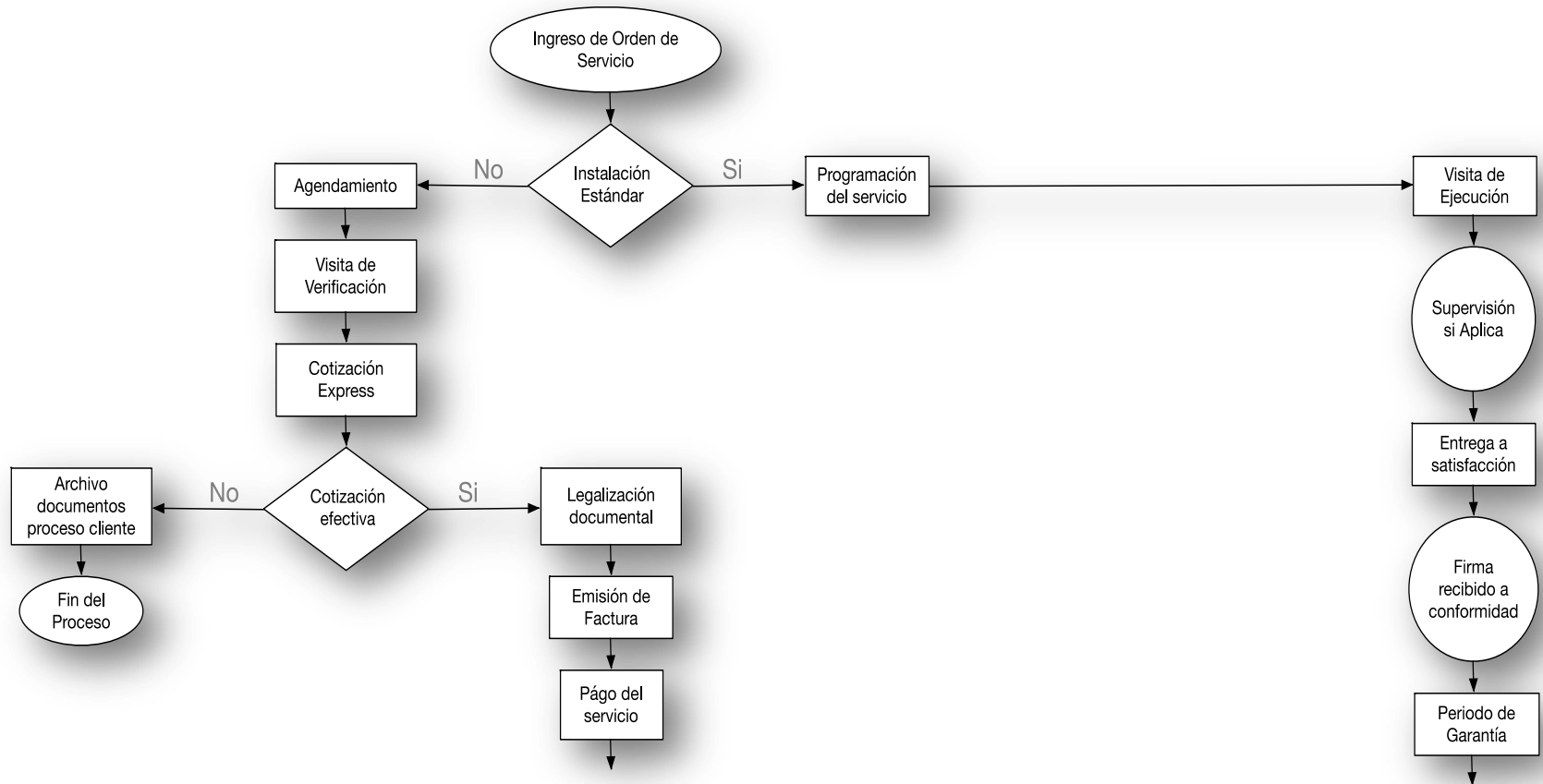
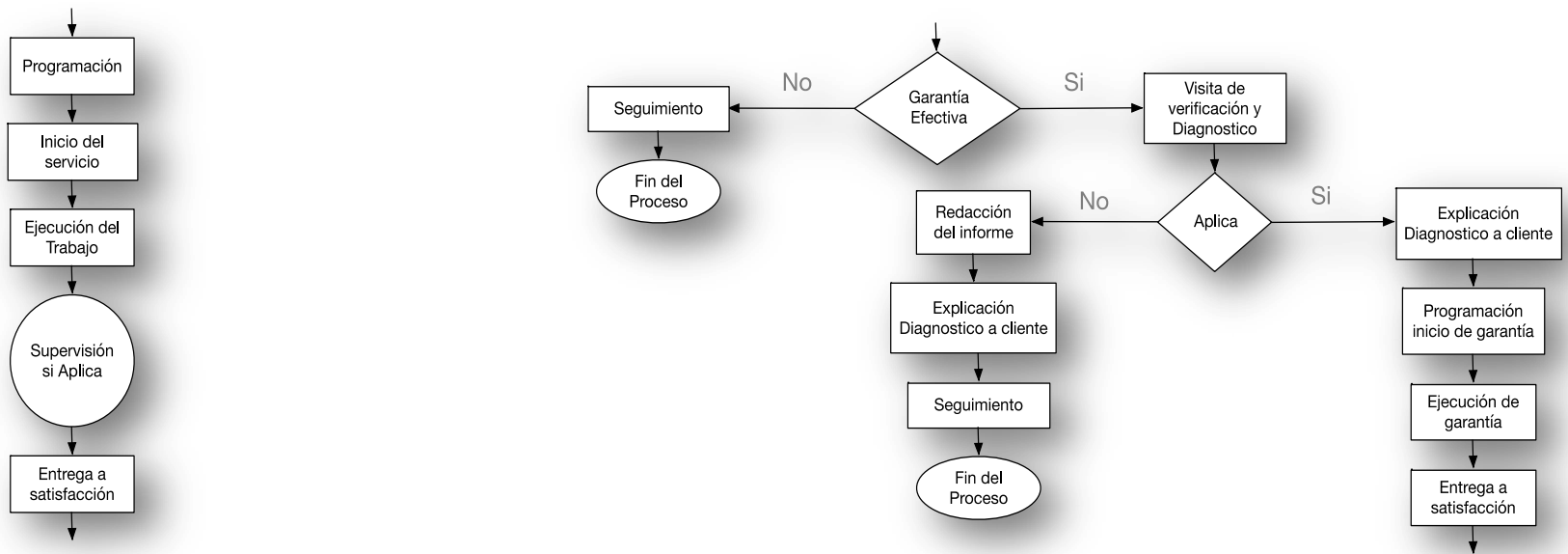


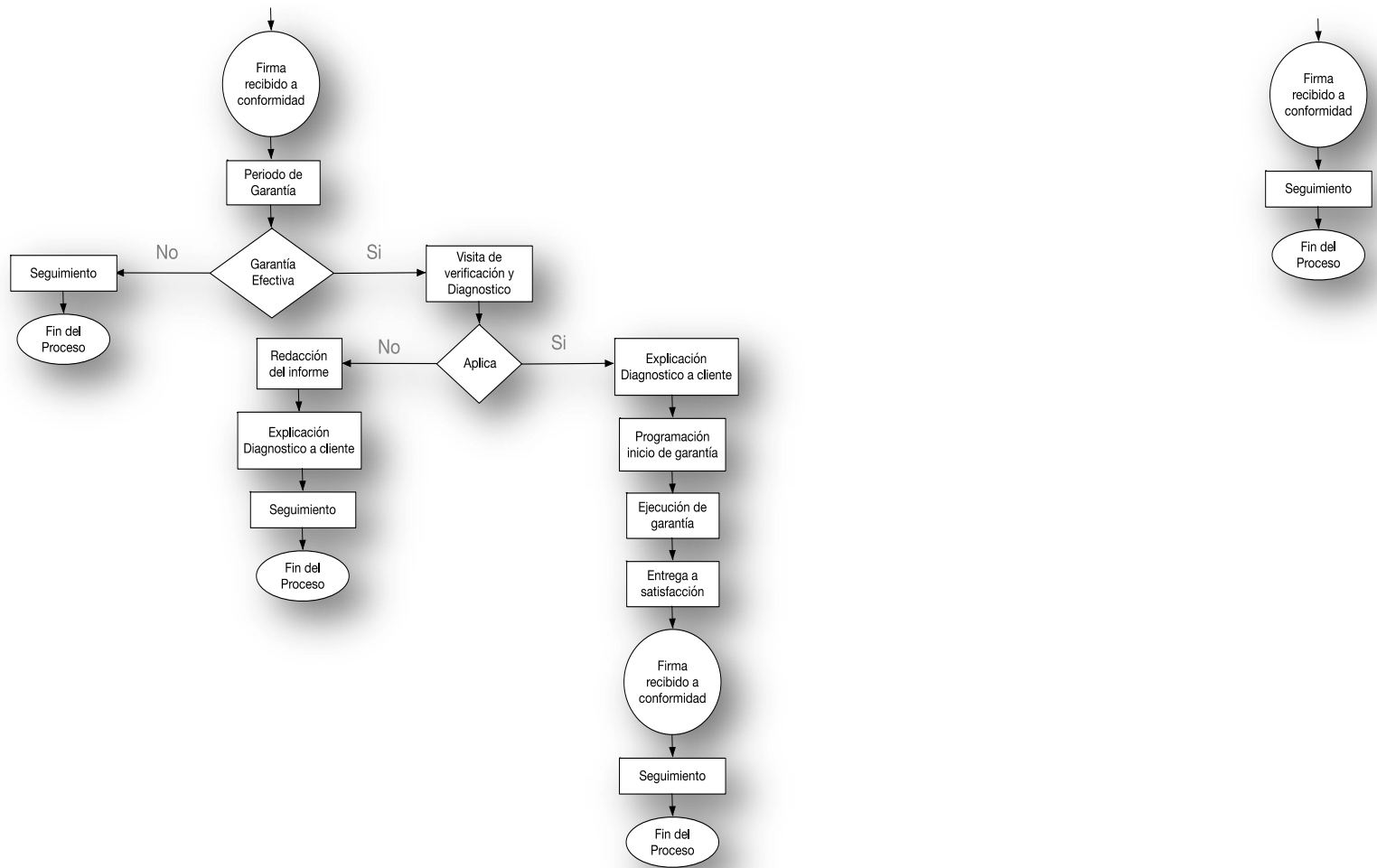
Figura 21. Diagrama de flujo proceso servicios de Mantenimiento Locativo



Continuación figura 21. Diagrama de flujo proceso servicios de Mantenimiento Locativo



Continuación figura 21. Diagrama de flujo proceso servicios de Mantenimiento Locativo



3.3.4 Control de calidad. El control de calidad, permite verificar que los servicios ofrecidos por la empresa reúnan las condiciones necesarias para su provechosa, sana y confiable utilización, de acuerdo a lo ofrecido.

Para controlar la calidad, se utilizan una serie de herramientas y procesos, que ponen a prueba y verifican que el cliente quede satisfecho, sin riesgos, enfocándose en minimizar las fallas.

Es recomendable, que el control no solo se haga de forma posterior a la ejecución de una actividad específica sino antes o durante el proceso de prestación del servicio.⁸⁷

Para el presente proyecto el control de la calidad va a estar orientado siempre al mejoramiento continuo del proceso en sus diferentes escenarios, asesoría, servicio al cliente, ejecución, seguimiento y servicio pos-venta.

El control de calidad para la nueva empresa se basara en el cumplimiento de las especificaciones indicadas en la Normas ISO.

- **Norma Técnica Colombiana ISO 9001:** Es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.⁸⁸

Para garantizar la calidad en la prestación de los servicios se propone:

⁸⁷ DECONCEPTOS. El control de calidad [en línea] disponible en <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/control-de-calidad>

⁸⁸ NORMAS ISO. La norma técnica [en línea] disponible en <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html> <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>.

- Seleccionar un equipo humano de talla mundial, que lidere de forma eficiente cada uno de los procesos, altamente competente e idóneo en el rol que asumirá dentro de la compañía.
- Gestionar espacios de capacitación y actualización constante para cada miembro del equipo según su especialidad.
- Suministrar una formación periódica en servicio y atención al cliente, con el objetivo de crear una cultura organizacional enfocada a las personas, el buen trato, la comprensión , la amabilidad y la solución de necesidades.
- Garantizar un ambiente laboral optimo, estructurado en el desarrollo y crecimiento de los colaboradores.
- Realizar un acompañamiento al cliente en la escogencia de material, direccionándolo a la compra de insumos de primera calidad.
- Dar a conocer de forma constante a los colaboradores las cifras y objetivos propuestos, con el fin de crear sentido de pertenencia y amor por la compañía.
- Adquirir un software de seguimiento que garantice una comunicación en tiempo real con cada uno de los clientes.
- Realizar revisiones periódicas de mantenimiento, preventivo a las herramientas y maquinarias de uso diario.
- Desarrollar una estrategia que permita por medio de indicadores medir la gestión realizada como empresa.

Consolidando la implementación de las practicas relacionadas anteriormente se abonara el terreno y se proyectara la nueva empresa como una opción altamente competitiva y solida en el mercado. Algunas de las ventajas que se podran contemplar entre otras pueden ser:

- Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la empresa por medio de la documentación.
- Incrementar la satisfacción del cliente al asegurar la calidad de productos y servicios de manera consistente, dada la estandarización de los procedimientos y actividades.
- Medir y monitorear el desempeño de los procesos.
- Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, entre otros.
- Reducir las incidencias negativas en la prestación de servicios.
- Mantener la calidad.

Desde el punto de vista ambiental la nueva empresa gestionara el control de la calidad apoyados en la norma NTC ISO 14001.

- **Norma Técnica Colombiana ISO 14001⁸⁹**: La norma ISO 14000 no es una sola norma, sino que forma parte de una familia de normas que se refieren a la

⁸⁹ ISO 14001. La norma ISO. [en línea] disponible en <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s08.htm>

gestión ambiental aplicada a la empresa, cuyo objetivo consiste en la estandarización de formas de producir y prestar de servicios que protejan al medio ambiente aumentando la calidad del producto y como consecuencia la competitividad del mismo ante la demanda de productos cuyos componentes y procesos de elaboración sean realizados en un contexto donde se respete el ambiente.

Para el proyecto se implementara esta norma en el manejo y disposición de los escombros que surgen de forma inherente en un proceso de remodelación.

Así como en la correcta manipulación de materiales y desechos de carácter químicos y tóxicos utilizados en la industria de la construcción.

La Implementación del sistema de gestión en la seguridad y salud laboral será gestionado bajo la norma OHSAS 18001

- **Norma OHSAS 18001.**⁹⁰ Gestión de la Seguridad y Salud Laboral, la cual establece los requisitos mínimos de las mejores prácticas en gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, destinados a permitir que una organización controle sus riesgos para la SST y mejore su desempeño de la SST.

Las prácticas a implementar en la nueva empresa relacionadas a la seguridad y salud laboral serian las siguientes:

- Crear las mejores condiciones de trabajo posibles
- Identificar los riesgos y establecer controles para gestionarlos
- Reducir el número de accidentes laborales y bajas por enfermedad para de esta forma disminuir los costes y tiempos de inactividad ligados a ellos

⁹⁰ NORMA OHSAS. sistema de gestión y seguridad. [en línea] citado año 2016 disponible en <http://www.bsigroup.com/es-ES/Seguridad-y-Salud-en-el-Trabajo-OHSAS-18001/>

- Comprometer y motivar al personal con unas condiciones laborales cada vez mejores y mas seguras
- Garantizar los elementos de protección personal necesarios para cada especialidad y herramientas para trabajos especializados.

En el cumplimiento organizado de cada uno de estos tres frentes, estará la formula que le permitirá a la nueva empresa ser competitiva y proyectarse como un modelo de negocio que conquistará economías de escala.

3.3.5 Recursos

Se relacionan los recursos humanos, físicos y de insumos necesarios para la ejecución del proyecto.

3.3.5.1 Recurso humano. La nueva empresa contempla en el ejercicio de su operación el recurso humano descrito a continuación.

Cuadro 57 Recurso Humano

AREA	CARGO	CANTIDAD	MANO DE OBRA	TIPO DE CONTRATO
ADMINISTRATIVA FINANZAS DIRECCION Y VENTAS	Director General	1	Gastos de Adm y Ventas	INDEFINIDO
	Secretaria Recepcionista	1	Gastos de Adm y Ventas	INDEFINIDO
	Asesor Comercial	1	Gastos de Adm y Ventas	INDEFINIDO
	Contador	1	MOI	OPS
OPERACIONES	Director de Proyectos	1	MOI	INDEFINIDO
	Diseñador	1	MOI	INDEFINIDO
	Oficial de Construcción	3	MOD	Obras de labor pactada
	Inst. de Drywal	1	MOD	Obras de labor pactada
	Albañil	1	MOD	Obras de labor pactada
	Plomero	1	MOD	Obras de labor pactada
	Electricista	1	MOD	Obras de labor pactada
	Pintor	1	MOD	Obras de labor pactada
	Instalador Integral	1	MOD	Obras de labor pactada
	Jardinero	1	MOD	Obras de labor pactada

3.3.5.2 Recurso físico. Está conformado por los muebles, enseres, herramienta, maquinaria y equipo necesario para prestar el servicio de la manera más eficiente.

Cuadro 58. Muebles y enseres.

DESCIPCION	CANTIDAD
Escritorio en madera decorativo sala de ventas	1
Escritorio de oficina	3
Silla tandem 4 puestos	1
Silla Ejecutiva oficina	4
Silla fija tapizada	5
Mueble punto de contacto Servicios - Express	1
Archivador 4 puestos	2
Dispensador de Agua	1
Cafetera	1
Termos	2
Nevera mini 92 litros LG	1
Tablero acrilico	1
Plantas naturales decorativas	2
Cuadro decorativo	2
Extintor 10 Lbs	2
Botiquin Primeros Auxilios	1
Cesta de basura pequeña	5

Cuadro 59. Equipo de Oficina y comunicación

DESCIPCION	CANTIDAD
Computador de Escritorio mac con licencia	1
Computador de Escritorio Dell con licencia	2
Computador Portatil con licencia	1
Tablet	1
TV Samsung 50"	1
DVD	1
Caja registradora	1
Datafono	1
Impresora Multifuncional Laser tinta continua	1
Telefono Fijo de base	2
Kit Camara de seguridad	1
Diadema	1
Celular	2
Estabilizador de Corriente	3
UPS	1
Software	2

Cuadro 60. Herramienta – Maquinaria y Equipo

DESCIPCION	CANTIDAD
Llave Plomero 11" STANLEY	2
Multimetro Digital 6 Funciones Red Line	1
Alicate 6" Punta Larga pela cable STANLEY	1
Alicate 8" Electricista Pro STANLEY	2
Alicate grueso aislado 1000W 8" STANLEY	1
Almadana 10lbs con cabo INCOLMA	2
Almadana 6lb con cabo INCOLMA	2
Almadana 4lb con cabo INCOLMA	2
Azadon colima reforzado con cabo	2
Balde Contrucción	5
Bandeja de plastico 9"	4
Bomba periferica 1/2 hp 110v City Pumps	1
Caja red line 18"	3
Carretilla 6 FT Plastica cachaca IMSA	2
Cepillo madera global # 3 STANLEY	1
Cinzel con protección 3/4 * 1/2" Red line Pro	2
Cizalla corta pernos 24" STANLEY	1
Compresor 1.0 HP 3gl 125 PSI 9acc 2.4 CFM CRAFTSMAN	1
Corta ramas estaencible	2
Corta tubos telescopico Red line	2
Corta baldosa manual Rubi TS 60	1
Cortafrios DiagonalAislado 1000v 6.1/4" STANLEY	1
Corta tubo pvc hasta 1 5/8 STANLEY	2
Cultivador M/madera 29cmt Ergo	2
Destapador K-400 C-32IW 3/8 -75 Ridgid	1
Destaqueador 20 pies enrollable con manibela	1
Detector digital Skil	1
Escalera 1.2 Mt 3P tigura / bandeja Alum 90k TIII Werner	1
Escalera 1.5 Mt 4p tigura / bandeja Alum 90K TIII Werner	1
Escalera 1.8 Mt 5p tigura / bandeja Alum 90k TIII Werner	1
Escalera 4.3Mt 14p extensión Alum 90K TIII Red liene	1
Escalera 1.3 Mt 24p Extensión Alum 136K T1A Red line	1
Escardillo 2 puntas con mango 110cmt	2
Escoba plastica jardin 18" 20 dientes	2
Escoba plastica jardin 24" 27 dientes	2
Espatula de emboquillar RUBI	2
Espatula flexible 3" RED LINE	2
Espatula flexible 6" RED LINE	2
Extensión 15Mt 50ft Naranja P/T 3al cal. 16	1
Extensión 30Mt 100ft Naranja P/T 1 Sal cal. 12	1

Continuación Cuadro 60. Herramienta – Maquinaria y Equipo

Extensión telescópica 2.4 Mt	2
Extensión telescópica 4.9 Mt	2
Guadaña Maquita 4 tiempos 33.5 cc	1
Acha colima 4310 con cabo 3.5 lb	2
Acha soldada 2.0 c/mgo 50 cmt	2
Hidrolavadora 1700 psi Max 5.5 L/min KARCHER	1
Hombre solo 10" recto Pro STANLEY	2
Hoz con dientes mango corto	2
Ingleteadora manual C/ cerrucho STANLEY	1
JG Destornillador 1000v 4 pala 2 cruz 1 tester STANLEY	1
JG 14 llaves con viandas 8 -24 mm STANLEY	1
Juego destornilladores 6 pzs PRO STANLEY	2
JG Llaves Hexag mm 8 Pzs	2
Lijadora Rotoorbital 5" 300W 1200 Opm Maquita	1
Llana de caucho 30cmt	2
Llana dentada 12*12MM m/madera 48cmt	2
Llana dentada 6*6mm m/plastico 28cmt Red line	2
Llana dentada en acero mango plastico 12+12 mm RUBI	2
Llana V base goma m/plastico 15.2cmt RED LINE	3
Llave expansión 10" STANLEY	1
Llave expansión 8" STANLEY	1
Llave para de tubo de 10 Rigid	2
Llave tubo 10" Redline	1
Lave tubo 14" Redline	1
Machete Gavilan colorao barrigon pulido 22"	2
Manguera Bicolor naranja / negro 30 Mts	1
Manguera Bicolor Naranja / negro 50 Mts	1
Marco de segueta 12" PRO STANLEY	2
Martillo caucho f/vidrio 10 onz DISCOVER	2
Martillo caucho f/vidrio 24 onz DISCOVER	2
Martillo UNA 16 Onz Magneti metal RED LINE	2
Medidor distancia laser 40Mt glm / 40 BOSCH	1
Mezcladora de concreto 210 Lt 850 W BAUKER	1
Mini cortatubos RED LINE	2
Nivel aluminio 80 cmt con regla Red line Profesional	2
Nivel laser 2 lineas cruz + medidor laser 15mt BOSCH	1
Nivel resina estructural 18" STANLEY	2
Pala Ancha mango madera	2
Pala cuadrada C/ mango corto	2
Pala cuadrada jardin Pgna m/ madera 45cmt	2
Pala N.2 Cuadrada con cabo COLIMA	2

Continúa cuadro 60. Herramienta – Maquinaria y Equipo

Pala redonda mango de madera 74cmt	2
Pala redonda pequeña m/madera 45cmt tramontina	2
Paladraga colima	2
Palin Ollador colima con cabo	2
Palita ancha aluminio 30cmt ERGO	2
Palustre 10" mango madera gavilan	2
Palustre 8" mango madera gavilan	2
Palustre 7" mango madera gavilan	2
Pela cable ajustable 10Awg- 24Awg STANLEY	1
Pinza de Punta aislada 1000w 8 1/4" STANLEY	1
Pinza voltiamperimetrica digital RED LINE	1
Pistola fijación calibre 22 2 1/2" RAMSET	1
Pistola para pintar WARNER Flexión 580	1
Pistola pintar WAGNER W550	1
Plomada 8 Onz STANLEY	2
Prensa de Banco 6" Red line	1
Prensa en F 6" rapida RED LINE	1
Pulidora 4 1/2 900W 10.000 Rpm Maquita	1
Pulidora 9" 2200W 6.500Rpm BOSCH	1
Punzon con protección 3/4 * 12" REDLINE PRO	2
Remachadora trabajo pesado 4 bocas STANLEY	1
Rotomartillo - PLUS 800W 3.1J 900RPM 3.5KVVR BOSCH	1
Ruteadora 900W 27.000 RPM Collet 1/4 - 3/8 Maquita	1
Kit atornillador 65pzs RED LINE	1
Serrucho doble mango madera para poda18"	2
Serrucho luctador 18" STANLEY	2
Set 250 Piezas Herramientas Hogar Red line	2
Set Herramientas 3 Pzas Red line	2
Set puntas Tough case 18 piezas DEWALT	1
SP Caladora 650 W 500 - 3100 Rpm BOSCH	1
SP Cortadora TX 1200 -S CE Ruby	1
SP Demoledor SDS - Max 1150 W - 1300- 2900 Gpm 8.3j 5.8K	1
SP Motosierra Maquita 2T -sp 25cmt Profesional	1
Taladro 1/2 percutor 150W - 3250 Rpm 48500 gpm BOSCH	1
Taladro rotación 12W i-l 1.5A BOSCH	1
Tijera acero Multifunciones 9" ERGO	2
Tigera Acero podar trabajo pezado 7 3/4" ERGO	2
Tigera corta cespced manos de acero ERGO	2
Tigera de podar profesional	2
Tigera hojalata 10" STANLEY	1

Continúa cuadro 60. Herramienta – Maquinaria y Equipo

Tijera para cesped	2
Tijera para podar arboles zincada con palo	2
Tijeras flores aluminio 21 cmt ERGO	2
Tronzadora 14" 1900W 3500rpm BOSCH	1
Zapapico Colima 8 Lb con cabo	2
Zapapico jardinero 110cmt Mango madera	2

3.3.5.3 Recurso de insumos Se relacionan los suministros de oficina, que sirven como complemento para el registro, presentación, soporte y correcta prestación del servicio de remodelación y mantenimiento locativo, de igual forma los requerimientos en elementos de seguridad industrial necesarios en la operación.

Cuadro 61. Insumos Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Calculadora	4
Perforadora	3
Grapadora	3
Sacaganchos	3
Caja Ganchos para cosedora * 100	3
Carpetas legajadoras	50
Caja Ganchos legajadores * 100	3
Huellero	3
Diadema	2
Respa papel carta membreteada	6
kit Tinta para sistema continuo impresora	1
Sellos	3
Almohadilla Tinta para sellos	2
Brochure de portafolio	50
Carpeta tipo acordeon archivador	3
Tijeras	2
Zacapuntas	2
Borrador para tablero	1
Caja de Marcadores borrables * 12	2
Caja de lapicero Kilometrico * 24	2
Talonarios factura	12
Targetas de presentación	1000

Cuadro 62. Insumos Aseo y cafetería

DESCIPCION	CANTIDAD
Escoba	1
Trapero	1
Recogedor	1
Paños de microfibra * 6	2
Plumero	1
Bolsa de jabon en polvo * 10kg	2
Garrafa de Ambientador	2
Balde escurridor	1
Papel higienico * 24 unidades	1
Jabon para manos *750cc	2
Bolsa de café sello rojo * 1000 gramos	2
Caja de aromoticas *50 surtidas	2
Azucar por kilos	2
Termo ultratemperatura IMUSA	2
Vasos desechables pequeños para tindo *100	2
Botellon de agua Brisa	5
Vasos desechables medianos para agua *100	5
Vajilla tintera de 6 puestos Corelle	1
Jabon AXION para loza presentación en circulo	2
Zabra para losa * 6 Unidades	2

Cuadro 63. Insumos seguridad industrial y salud Ocupacional

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
kit Arnes de seguridad trabajo en alturas	2
Par Guante tipo ingeniero de carnaza sencilla	6
Par de Guante nitrilo	6
Tapabocas	6
Casco de seguridad	4
Gafas de seguridad	2
Par de Tapaoidos	2
Extintor de 10 libras	1
Rollo de cinta de cerramiento * 100mts	2

3.3.6 Análisis de Proveedores

La nueva empresa prestadora de servicios de mano de obra se apoyara en la base de datos de las personas inscritas en el circulo de especialistas Constructor, aprovechando los vínculos y relaciones que se tienen con esta compañía por parte de los autores del presente proyecto.

De igual forma gracias a su amplio portafolio Homecenter será uno de los proveedores estratégicos para todo lo relacionado a materiales de construcción insumos, muebles, enseres, herramientas y maquinaria⁹¹.

SODIMAC

Figura 22. Logo SODIMAC



Sodimac (Sociedad Distribuidora de Materiales de Construcción) es una cadena chilena de comercios de la construcción, ferretería y mejoramiento del hogar, perteneciente al holding Falabella y Corona. Está presente en países como Chile, Peru, Colombia, Argentina, y Uruguay.

⁹¹ FOLLETOMANIA. Espacio locos folletos. [en línea]. Citado 2017-01-13T08. disponible en <https://www.folletomania.co/catalogos-homecenter>

Sodimac se fundó en Chile en el año 1952 como una cooperativa abastecedora de empresas constructoras, convirtiéndose en sociedad anónima en los años 1980. Actualmente es una compañía del holding Falabella que posee más de 100 tiendas en cinco países de Latinoamérica. La empresa se encuentra en proceso de expansión a nuevos países como Brasil y México.

En 2003 se anunció la fusión con Falabella, que ya tenía una filial de construcción, Home Store, sumando un conjunto de 103 locales en Chile, Perú, Argentina y Colombia, permitiéndole una rápida internacionalización.

En Colombia 51% de la empresa pertenece a la Organización Corona y el 49% a Falabella. Todas las sucursales colombianas Homecenter comparten plaza con Constructor, es decir, son tiendas con ambas marcas y servicios.

En Chile y Perú el formato Sodimac ha sido desplazado por los formatos Homecenter Sodimac, para artículos del hogar y ferretería, y Sodimac Constructor, orientado a profesionales de la construcción.

En septiembre de 2014 Sodimac adquirió las acciones de la cadena Maestro, una de sus principales competidoras de este rubro en el Perú. En marzo de 2015 Sodimac abrió las puertas al público de su primera tienda en Uruguay; en junio del mismo año se abre su primera tienda en Sao Paulo, Brasil y en abril de 2016 anuncian la llegada a México en conjunto con la cadena local de supermercados Soriana.

Formatos :

HOMECENTER. Es una marca de la empresa Sodimac que funciona bajo un formato enfocado a la venta de productos y servicios relacionados al mejoramiento

del Hogar⁹².

Figura 23. Logo Homecenter



CONSTRUCTOR. Es una marca de la empresa Sodimac, que funciona bajo un formato orientado a los profesionales de la construcción y a la venta de artículos de ferretería, herramientas y materiales⁹³.

Figura 24. Logo Constructor



CIRCULO DE ESPECIALISTAS. El Círculo de Especialistas es una comunidad que SODIMAC Constructor ha creado especialmente para reunir a todos los profesionales (maestros, contratistas y especialistas de la construcción), con el fin de atender sus necesidades específicas, además de mejorar su calidad de vida profesional, a través de beneficios asociados a la capacitación y ahorros⁹⁴.

⁹² FOLLETOMANIA. Espacio locos folletos. [en línea]. Citado 2017-01-13T08. disponible en <https://www.folletomania.co/catalogos-homecenter>

⁹³ CONSTRUCTOR. Materiales.[en línea] disponible en <http://www.constructor.com.co/>

⁹⁴ REVISTA VIVIENDA. Comunidad de maestros.[en línea]. Citado enero de 2017. Disponible en <http://www.revistavivienda.com.ar/actualidad/calendario/feria-de-capacitacion-profesional-de-sodimac>

Figura 25. Logo Ciuculo de especialistas constructor



3.3.7 Distribución de planta.

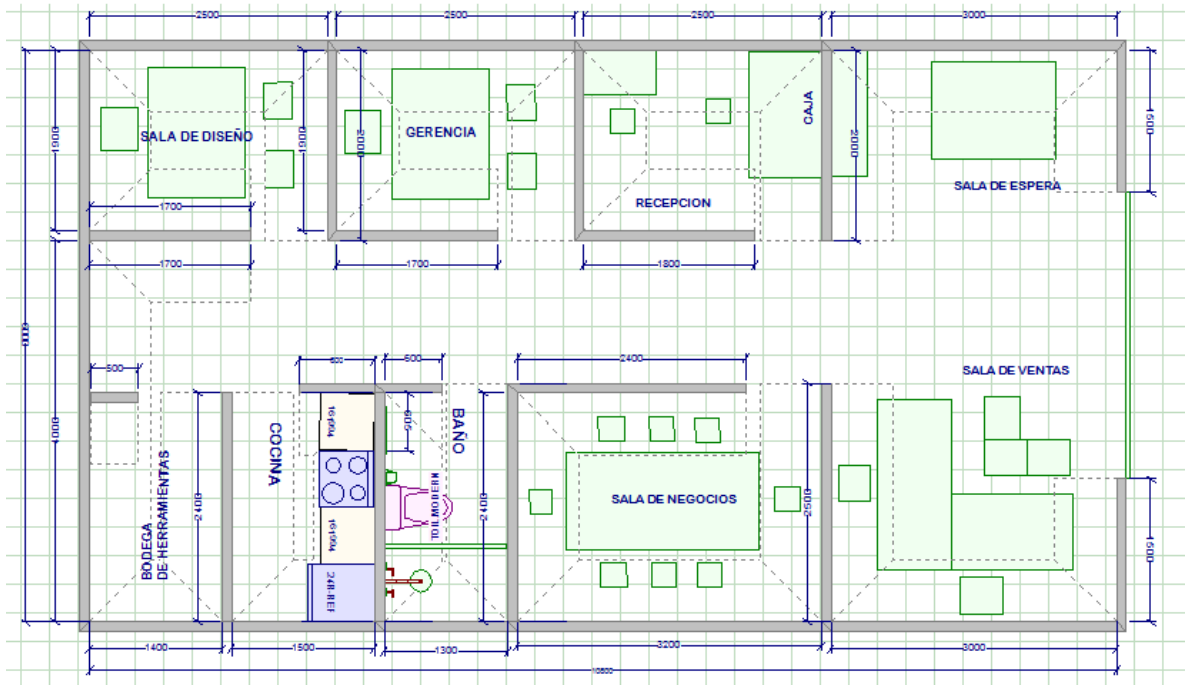
De acuerdo al local escogido donde estarán ubicadas las instalaciones físicas de “Remodelando Soluciones” Esta será la planta física del inmueble que se contempla tomar en arriendo.

De acuerdo a la distribución de la planta se relacionan las áreas de trabajo teniendo en cuenta la sección y medidas por m2.

Cuadro 64 Distribución planta por metros cuadrados.

DISTRIBUCION PLANTA POR M2		
SECCION	MEDIDAS	AREA M2
GERENCIA	4*2	8
DISEÑADOR	2*2	4
CAJA	2*2	4
SALA DE ESPERA	1*2.50	2.50
SALA DE VENTAS	1.50*3.50	5.25
SALA DE JUNTAS	4*3	12
CUARTO DE HERRAMIENTAS	4*3	12
BANO	2.50*1	2.50
CAFETERIA	3.50*1.50	5.25
AREA TOTAL	10*6	60

Figura 26. Distribución de planta



4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La nueva empresa prestadora de servicios integrales de remodelación y mantenimiento locativo, se constituirá como persona jurídica bajo el modelo de sociedad por acciones simplificadas (SAS), mediante documento privado ante cámara de comercio.

⁹⁵Según el artículo 5 de la ley 1258 de 2008, se podrán constituir como documento privado, es decir, no se va a requerir de escritura pública, ya que esta figura fue diseñada para facilitar trámites, reducir costos y tener más flexibilidad en las organizaciones colombianas.

La estructura de accionistas esta conformada por dos socios;

- El señor Yomar Hurtado Torres identificado con cedula de ciudadanía 1.027.943.136 de Apartado Antioquia, quien figurará como socio inversionista con una participación en la empresa del 20%.
- El señor señor Carlos Eduardo Rueda Pabón identificado con cedula de ciudadanía 1.098.632.106 de la ciudad de Bucaramanga, quien figurara como socio fundador, representante legal y principal socio accionista con una participación del 80%.

La razón social será **“REMODELANDO SOLUCIONES S.A.S”**

⁹⁵CONGRESO DE LA REPUBLICA. según el artículo 5 de la ley 1258 de 2008. [en línea]. Citado el 30 de diciembre de 2016. Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

⁹⁶Para su registro se deberá reunir la siguiente documentación:

- Tramitar la carta de estudio del nombre comercial ante la Cámara de Comercio
- Formularios de Registro Único Empresarial
- Formato único con otras Entidades
- Documento de constitución
- Boleta de Pago Impuesto de Registro pre-Rut

Al momento de la matrícula se deben diligenciar:

- Carta de estudio del nombre comercial
- Copia de documento privado de constitución
- Formulario de matrícula mercantil de la sociedad, debidamente diligenciados.
- Carta de aceptación de los representantes legales.
- Carta de apertura del establecimiento de servicio, firmada por el representante legal.

A su vez solicitar, después de tener la inscripción los siguientes documentos:

- Certificado de existencia y representación legal
- Registro de libros mercantiles
- Inscripción del Registro Único Tributario (RUT)
- Tener en cuenta la documentación de los certificados de Saneamiento Ambiental
- Impuestos municipales
- Certificado del uso del suelo
- Pago de impuesto de industria y comercio.

⁹⁶CAMARA DIRECTA. Para su registro. [en línea] [citado, reservado 2017] Disponible en <https://www.camaradirecta.com/secciones-emprendedor-99-s/crear-empresa.htm>

El procedimiento para su constitución se realizara con uno o más accionistas quienes responderan hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas, el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas sociedad por acciones simplificada” o de las letras S.A.S

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión.

En el año 2020 REMODELANDO SOLUCIONES será una empresa totalmente posicionada en la ciudad de Bucaramanga; con un modelo de operación consolidado y una implementación del 100% de su portafolio de servicios; reconocida por su profesionalismo, cumplimiento y excelente servicio al cliente.

4.2.2 Misión.

Ofrecer soluciones innovadoras, integrales y oportunas en la prestación del servicio de mano de obra calificada para todas aquellas actividades de instalación,

remodelación y mantenimiento locativo en los hogares de estrato 3,4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, comprometidos en garantizar la satisfacción total de los clientes mediante una atención personalizada y asesoría profesional a precios razonables.

4.2.3 Objetivos

- Ser la primera opción formalizada en el mercado de la prestación del servicio de mano de obra calificada para actividades de remodelación y mantenimiento locativo en los hogares de Bucaramanga.
- Para el año 2020 contar con una base de datos de 2500 clientes fieles que prefieren los servicios de Remodelando Soluciones, gracias al modelo integral de operación, profesionalismo y cumplimiento.
- Optimizar día a día los procesos internos de la empresa con el objetivo de ajustarlos cada vez más a las necesidades reales de los clientes.
- Trabajar de forma constante en la búsqueda de la estandarización del servicio.
- Consolidar un equipo de trabajo altamente competente y profesional para cada uno de los servicios prestados, formado integralmente en servicio y atención al cliente.

4.2.4 Políticas.

Remodelando Soluciones, dentro de su estructura administrativa contempla las siguientes políticas para la gestión del personal, compras y ventas.

4.2.4.1 Políticas de Personal. Reclutamiento, selección, contratación, remuneración, motivación, promoción y desarrollo.

Reclutamiento: En esta política se establece que el personal reclutado, para hacer parte del equipo de trabajo de la nueva empresa en primera instancia será proveniente del círculo de especialistas de constructor Sodimac Corona.

En segunda instancia se acudirá al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

Selección: La persona seleccionada debe cumplir estrictamente con el perfil del cargo al cual aplica, deberá superar las entrevistas y pruebas y visitas pertinentes del proceso.

Contratación: El personal del área de operaciones será contratado mediante un contrato de obra o labor pactada.

El personal administrativo será contratado mediante un contrato a término indefinido directamente con la compañía.

Los servicios profesionales especializados serán contratados mediante un contrato por prestación de servicios.

Remuneración: Para el personal contratado de forma directa e indefinida con la empresa, se hará referencia en el respectivo contrato el valor del salario, según su cargo, haciendo parte de ello lo estipulado por la ley (cesantías, vacaciones, intereses, primas, seguridad social, pensiones, riesgos profesionales, caja de compensación familiar, SENA e ICBF entre otros que apliquen).

La remuneración acordada con el personal contratado de forma indirecta o por obra o labor pactada será la acordada en el momento de la negociación del servicio a realizar según su dimensión y dificultad de ejecución.

Tengase en cuenta que la empresa como beneficio para el equipo de especialistas se hará cargo del 100% de la seguridad social y riesgos profesionales de las personas contratadas mediante este tipo de contratación.

Motivación: La motivación del personal es la clave del negocio, para lo cual se implementaran actividades y programas de beneficios enfocados en el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y su núcleo familiar.

Promoción y Desarrollo: Mediante ciclos de capacitación constantes se gestionara el conocimiento actualizado para cada una de las especialidades, garantizando un equipo de profesionales idóneos y formados integralmente; quienes tendrán la oportunidad de crecer al ritmo de crecimiento de la empresa, con la gran posibilidad de según sus habilidades e interés participar en concursos internos para futuras vacantes.

4.2.4.2 Políticas de Compras. La política de compras para la ejecución del proyecto está estructurada en mantener como mínimo 4 proveedores disponibles y activos en la proveeduría de materiales e insumos necesarios para el ejercicio de la actividad, la empresa se dedicara netamente en la prestación del servicio de mano de obra y asesoría.

- Toda compra de insumos será facturada con un periodo de 15 días calendario.
- Las compras serán realizadas en establecimientos completamente formalizados.
- No se podrán adquirir productos de segunda mano.

- Toda negociación tendrá que tener el visto bueno del Director General de la empresa.

4.2.4.3 Políticas de Ventas. Una vez el cliente haya aprobado la propuesta presentada al servicio requerido (Cotización) contara con 2 formas para el pago del proyecto.

- Pago de contado de la totalidad (100%) del valor por medio de cualquiera de los canales dispuestos. Esta opción contara con un bono del 10 % redimible en un segundo servicio de cualquier especialidad, el cual tendrá un periodo de caducidad de 3 meses.
- Pago 80 – 20, el cliente tendrá la opción de cancelar el 80% de la totalidad del servicio al inicio y un 20% al final con la entrega a satisfacción.

Nota. Esta opción no contara con bonos de ninguna clase.

El bono de descuento del 10% será aplicado al valor total del rubro de actividades adicionales presentado en el servicio.

La única persona autorizada para generar descuentos en la etapa de negociación será el Director general.

Políticas de precio ventas a crédito

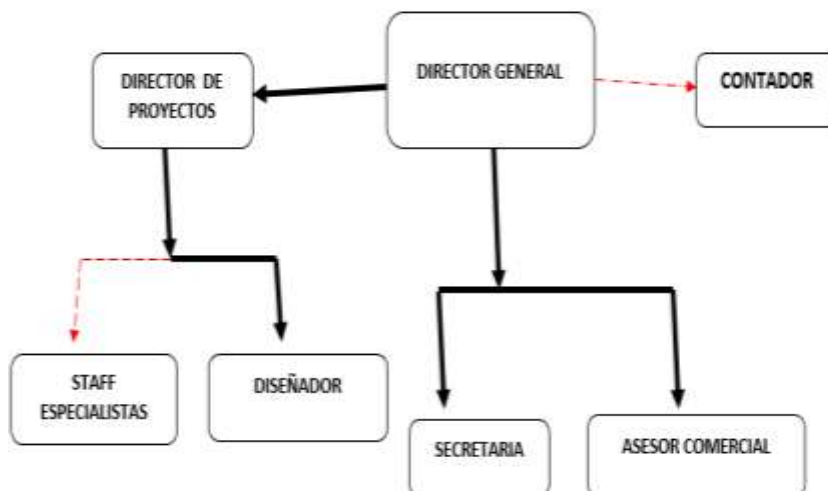
- El sistema de financiamiento se maneja en convenio con FENALCO el cual será el encargado de gestionar los requisitos y validación del crédito a solicitar por los clientes interesados.
- Se recibirán todas las tarjetas de crédito. Los proyectos facturados por este medio no tendrán un incremento diferente a los costos de ley generados por la transacción.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Remodelando Soluciones se organizará mediante una estructura de roles 100% autónomos y funcionales que trabajaran de forma transversal en la operación de la compañía, garantizando cada uno de ellos el cumplimiento de sus responsabilidades y procesos a cargo.

4.3.1 Organigrama.

Figura 27. Organigrama Recurso Humano




4.3.2 Descripción y perfil de cargos.


Estandarizar un perfil para cada cargo describiendo de forma clara y completa los alcances, límites y responsabilidades de cada rol, permiten su medición y evaluación de una forma más detallada y concreta por medio de indicadores de gestión.

A continuación se presentan los formatos que reúnen el perfil, manual de funciones y responsabilidades para cada cargo.


Cuadro 65. Ficha Perfil Director General

 <p>REMODELANDO SOLUCIONES ..Tus proyectos en las mejores manos !!</p>	
FORMATO PERFILE DE CARGO Y MANUELO DE FUNCIONES	
FECHA: 08 de Enero de 2017	CIUDAD: Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Director General	Departamento: Directivo
Cargo de fe inmediato: Ninguno	Horario: Maneja nivel de confianza
Personas a cargo: Todos los colaboradores de la empresa	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y operativas de la empresa; así como diseñar estrategias comerciales para lograr el posicionamiento y consolidación en el mercado.	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Contribuir en el logro de la misión y visión de la empresa, demostrando un alto nivel de gestión en la toma de decisiones.	
Representar legalmente a la empresa ante todo organismo de control, entidad pública o privada, eventos publicitarios y de mercadeo.	
Desarrollar el plan de ventas para cada mes y un plan de mercadeo que permita su cumplimiento.	
Manejar un liderazgo que motive e impulse el trabajo en el equipo, desarrollando programas encaminados al bienestar de sus colaboradores.	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Liderar eficazmente cada uno de los procesos de la empresa llevando el seguimiento respectivo de sus colaboradores en el logro de sus resultados.	
Seleccionar personal competente para cada labor y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.	
Buscar nuevos clientes acompañando a sus asesores comerciales en las visitas empresariales.	
Mantener una relación directa con cada uno de los clientes empresariales y proveedores, en busca de mejores beneficios y nuevas oportunidades de negocio.	
Responsable de firmar los cheques, y documentos con completa autonomía en la toma de decisiones.	
Coordinar y administrar de manera responsable los recursos con los que cuenta la empresa.	
Encargado de dar la última palabra en procesos de contratación y despido de personal.	
Estar pendiente de cada proyecto de remodelación que se esté ejecutando, garantizando la satisfacción del cliente.	
Diseñar planes promocionales y de mercadeo. Entre otras	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Profesional graduado en carreras que vayan en línea a la actividad comercial de la empresa; Gestión empresarial, administrador de empresas, mercadeo, ingeniería civil, arquitectural y/o ingeniería industrial.	
EXPERIENCIA:	
Persona con un amplio conocimiento (mínimo de 5 años) del sector de la construcción, conocimiento de materiales, infraestructura, y prestación de servicios.	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Requiere tener habilidades comerciales y de liderazgo así como excelente capacidad de relacionarse con las demás personas.	
RESPONSABILIDAD:	
Deberá estar a cargo de manera directa y responder por la propiedad, planta y equipo de la compañía, así como de toda la información confidencial y estratégica de la misma, por el capital humano y financiero, y el buen nombre ante los clientes naturales y empresariales.	
ESFUERZO MENTAL:	
La responsabilidad puesta en este cargo conlleva un amplio nivel de concentración en el detalle de cada proceso y actividad durante toda su jornada laboral.	
ESFUERZO FISICO:	
El esfuerzo físico para este cargo es mínimo ya que no tendrá que realizar actividades operativas.	
RIESGOS:	
Se expone a riesgos ergonómicos, psicosociales, naturales e incidentes inesperados en el desempeño de su labor.	
OBSERVACIONES:	
La única persona que podrá sustituir al gerente general es cualquier eventualidad de caso fortuito será el director de operaciones quien figura como socio inversionista de la empresa.	


Cuadro 66. Ficha Perfil Director de Proyectos

 REMODELANDO SOLUCIONES <i>...Tus proyectos en las mejores manos !!</i>	
FORMATO PERFILE DE CARGO Y MANUELO DE FUNCIONES	
FECHA: 08 de Enero de 2017	CIUDAD: Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Director Operativo	Departamento: Operaciones
Cargo jefe inmediato: Director General	Horario: Maneja nivel de confianza
Personas a cargo: Especialistas de obra	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Garantizar el cumplimiento de cada uno de los procesos de ejecución de obra y prestación de servicios.	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Visitar oportunamente los clientes agendados para cada día	
Realizar los levantamientos e informes pertinentes al servicio contratado	
Coordinar los tiempos de inicio y finalización de obra	
Velar por el correcto desempeño y gestión del equipo de especialistas.	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Liderar junto al Director General las campañas y estrategias publicitarias de promoción del servicio	
Liderar comités de gerencia de los exponerán los cumplimientos de los indicadores de gestión aplicables al área de operaciones.	
Visitar junto al gerente y el asesor comercial clientes empresariales	
Reunirse junto al equipo de especialistas cuando se requiera y evaluar las opciones de remodelación más viables para el cliente.	
Velar por el correcto uso y diligenciamiento de los formularios requeridos en el proceso	
Acompañar el proceso de inicio de obra brindando una atención personalizada en los casos que se requiera	
Analizar la viabilidad técnica de lo que el cliente desea realizar y proponer opciones	
Garantizar la disponibilidad de mano de obra	
Realizar las entregas de obra y revisar los requerimientos post-venta	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Profesional graduado en carreras que vayan en línea con la actividad comercial de la empresa; Gestión empresarial, Administrador de empresas, Mercadeo, Ingeniería Civil, Arquitectura y/o Ingeniería Industrial.	
EXPERIENCIA:	
Persona con un amplio conocimiento (mínimo de 5 años) del sector de la construcción, conocimiento de materiales, técnica, y prestación de servicios.	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Liderazgo y habilidades comerciales persuasivo, carismático, generador de confianza, creatividad y servicio al cliente.	
RESPONSABILIDAD:	
Velar por la optimización de los recursos de la empresa, por el correcto desempeño del equipo de especialistas, ser autónomo en la toma de decisiones, manejar la confidencialidad sobre toda la información interna de la compañía como claves, estrategias entre otros.	
ESFUERZO MENTAL:	
Estará en marcado en los altos niveles de exigencia en creatividad, ingenio y concentración en recursividad e investigación.	
ESFUERZO FISICO:	
Moderado, expuesto a constante desplazamiento durante la día	
RIESGOS:	
Se expone a riesgos ergonómicos, psicosociales, naturales e incidentes inesperados en el desempeño de su labor.	
OBSERVACIONES:	
La única persona que podrá sustituir al gerente general tras cualquier eventualidad de caso fortuito será el director de operaciones.	

Cuadro 67. Ficha Perfil Diseñador

	
FORMATO PERFIL DE CARGO Y MANUELO DE FUNCIONES	
FECHA: 08 de Enero de 2017	CIUDAD: Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Diseñador	Departamento: Operaciones
Cargo de referencia: Director de Operaciones	Horario: 8-12 y 2-6 Domingos y festivos N/L
Personas al cargo: Ninguna	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Garantizar el valor agregado de la propuesta frente al cliente en todo lo relacionado a diseños, tendencias, asesoría, innovación.	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Brindar asesoría en diseño de espacios	
Montar propuestas de diseño para baños, cocinas y demás áreas susceptibles a diseño.	
Realizar las presentaciones de cada propuesta y exponerlas al cliente	
Consolidar planos y renders finales de trabajo para pasarlos al área encargada de la ejecución	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Acompañar al Director de proyectos en las visitas que lo requiera	
Brindar capacitaciones y consejos de diseño al staff de especialistas	
Realizar visitas de supervisión de obra	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Tecnólogo en Diseño de Interiores	
EXPERIENCIA:	
6 meses como mínimo en actividades de asesoría en diseño y remodelaciones	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Creatividad, Servicio al cliente, y excelente manejo de software de diseño y arquitectura.	
RESPONSABILIDAD:	
Cumplir con los tiempos establecidos para el proceso.	
ESFUERZO MENTAL:	
Se requiere capacidad para trabajar bajo presión y manejo de stress	
ESFUERZO FISICO:	
Ninguno.	
RIESGOS:	
Se expone a riesgos ergonómicos, psicosociales, naturales o de incidentes inesperados en el desempeño de su labor.	
OBSERVACIONES:	
Este cargo le dará la oportunidad a personas que demuestren sus habilidades empíricas de diseño y que cuenten con un certificado de Aptitud Profesional del SENA. (CAP)	

Cuadro 68. Ficha Perfil Asesor Comercial

	
FORMATO PERFIL DE CARGO Y MANUELO DE FUNCIONES	
FECHA 08 de Enero de 2017	CIUDAD Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo Asesor Comercial	Departamento Comercial
Cargo de fe inmediato Director General	Horario 8:00-12 y 2-6 Domingos y festivos N/L
Personas a cargo: Ninguna	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Exponer el portafolio de servicios de la empresa, a los diferentes tipos de clientes, y concretar negocios.	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Desarrollar labores de mercadeo y publicidad destinadas a la consecución y fidelización de nuevos clientes.	
Planificar planes de acción que permitan el cumplimiento de las metas de venta	
Visitar a los clientes interesados en el servicio para la presentación del portafolio y explicación del proceso	
Realizar seguimiento a clientes visitados.	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Desarrollar las tareas puestas por la gerencia	
Presentar los informes de venta semanalmente a la gerencia	
Cumplir con el reglamento interno de trabajo y la correcta presentación personal	
Brindar la información necesaria al supervisor y diseñador encargado de cada proyecto	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Tecnólogo empresarial o ISD preferiblemente personal técnico graduado en carreras administrativas y/o de mercadeo	
EXPERIENCIA:	
1 año como mínimo en ventas de productos y/o servicios relacionados a la construcción.	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Requiere tener habilidades comerciales y de liderazgo así como excelente capacidad de relacionarse con las demás personas, ser persuasivo.	
RESPONSABILIDAD:	
Cumplir con las metas de venta puestas por la gerencia y garantizar un excelente servicio al cliente.	
ESFUERZO MENTAL:	
Cumple funciones que requieren trabajo bajo presión, creatividad, iniciativa, insistencia, control y seguimiento.	
ESFUERZO FISICO:	
Deberá realizar varias labores en el calle, expuesto a cansancio muscular.	
RIESGOS:	
Se expone a riesgos ergonómicos, psicosociales, naturales de los incidentes inesperados en el desempeño de su labor.	
OBSERVACIONES:	
En este cargo es primordial la capacitación y actualización constante del personal.	


Cuadro 69. Ficha Perfil Secretaria Recepcionista

FORMATO PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
FECHA 08 de Enero de 2017	CIUDAD Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo Secretaria Recepcionista	Departamento Administrativo
Cargo jefe inmediato Director General	Horario 8:00-12 y 2-6 Domingos y festivos N/L
Personas a cargo: Ninguna	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Garantizar la correcta recepción y direccionamiento de clientes, gestionando de forma correcta la información y documentación que surge durante el proceso.	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Orientar y atender a los clientes que lleguen a la oficina brindando un excelente servicio y asesoría inicial.	
Contestar llamadas y efectuar el proceso de agendamiento y toma de datos del cliente para una posterior visita por parte del asesor comercial y/o director operativo.	
Recibir, reportar y distribuir los correos y llamadas que lleguen para cualquier personal de la empresa	
Llevar el respectivo control y seguimiento a los clientes pendientes por visita	
Llevar el control ordenado de la caja y todos los movimientos financieros generados durante la día	
Transmitir una información veraz y oportuna a las personas a las cuales deben continuar como parte del proceso que ella inicia.	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Responder por el manejo y conservación de la información registrada en el sistema.	
Mantenerse permanentemente informada de las actualizaciones de producto y cambios que se surjan en el proceso principal.	
Brindar apoyo en la caja en el momento que sea necesario	
Realizar la gestión documental y archivo de todos los documentos, emitir facturas de venta y ordenes de compra a proveedores.	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Tecnólogo empresarial o IS preferiblemente personal graduado en carreras intermedias con énfasis en contabilidad, servicio al cliente y manejo del paquete office.	
EXPERIENCIA:	
1 año como mínimo en secretariado comercial	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Capacidades para trabajar bajo presión, orden, excelente presentación personal con un carisma amable que transmita confianza, excelente servicio al cliente.	
RESPONSABILIDAD:	
Directa en todas las funciones principales de su cargo, informes solicitados y optimización de los recursos.	
ESFUERZO MENTAL:	
Cumple funciones que requieren de asesoría, iniciativa, paciencia, control y seguimiento.	
ESFUERZO FISICO:	
Ninguno.	
RIESGOS:	
Se expone a riesgos ergonómicos, psicosociales, naturales e incidentes inesperados en el desempeño de su labor.	
OBSERVACIONES:	
La asistencia a capacitaciones y actualizaciones serán obligatorias para quien asuma este cargo.	

Cuadro 70. Ficha Perfil Contador

FORMATO PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
FECHA 08 de Enero de 2017	CIUDAD Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo Contador	Departamento Administrativo
Cargo jefe inmediato Director General	Horario No Aplica
Personas a cargo: Ninguna	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Garantizar la parte contable y tributaria de la compañía	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Llevar de forma organizada la contabilidad de la empresa	
Preparar y presentar informes sobre la situación financiera y tributaria exigida por los entes de control	
Llevar los libros contables al día y con información veraz y actualizada	
Preparar y certificar los estados financieros del fin del ejercicio	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Liquidación de nomina y planillas de seguridad social	
Brindar asesoría tributaria y contable a la junta directiva	
Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Profesional graduado en contaduría pública	
EXPERIENCIA:	
1 año de experiencia llevando contabilidad PYMES	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Orientación al detalle, habilidades financieras y conocimiento de las leyes que actuales.	
RESPONSABILIDAD:	
Garantizar el cumplimiento de sus funciones	
ESFUERZO MENTAL:	
Ninguno.	
ESFUERZO FISICO:	
Ninguno.	
RIESGOS:	
Se expone a riesgos ergonómicos, psicosociales, naturales o de incidentes inesperados en el desempeño de su labor.	
OBSERVACIONES:	
El responsable de este cargo deberá tener la disposición de trabajar en equipo con la junta directiva.	

Cuadro 71. Ficha Perfil Especialista de Obra

	
FORMATO PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
FECHA 08 de Enero de 2017	CIUDAD Bucaramanga
1. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo Especialista de Obra	Departamento Operativo
Cargo de fe inmediato Director de Operaciones	Horario Según requerimiento del servicio
Personas a cargo: Ninguna	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	
Brindar soluciones de mano de obra integrales e innovadoras que satisfagan de forma oportuna las necesidades de los clientes.	
2. DESCRIPCION DE FUNCIONES	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Ejecutar de forma profesional los servicios contratados	
Brindar un excelente servicio al cliente	
Mantener comunicación constante con la empresa	
Informar diligentemente cualquier eventualidad que surga en el lugar de la obra	
FUNCIONES SECUNDARIAS Y OCASIONALES	
Brindar asesoría al cliente del servicio a realizar	
Dar recomendaciones de uso del servicio prestado	
Garantizar el diligenciamiento de los formatos de cumplimiento	
3. EXIGENCIAS DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACION	
Mínimo CAP del SENACON certificado en alturas	
EXPERIENCIA:	
1 año de experiencia como mínimo realizando trabajos relacionados a la especialidad contratada	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
Despertenia y agilidad en las labores realizadas; conocimiento de la norma aplicable a su especialidad	
RESPONSABILIDAD:	
La satisfacción del cliente y la ejecución profesional en los tiempos establecidos del trabajo contratado	
ESFUERZO MENTAL:	
Trabajar bajo presión	
ESFUERZO FISICO:	
El generado según la actividad realizada.	
RIESGOS:	
Los generados según la actividad a realizar	
OBSERVACIONES:	
Los especialistas contratados y ayudantes de los mismos deberán superar un estudio de seguridad y por ningún motivo podrán ser menores de edad.	

4.3.3 Asignación salarial.

La nueva empresa generará 16 puestos de trabajo 5 directos y 11 indirectos.

Cuadro 72. Personal de Directo / Nomina

CARGO	TIPO DE CONTRATO
Director General	Indefinido
Director de Proyectos	Indefinido
Diseñador	Indefinido
Asesor comercial	Indefinido
Secretaria	Indefinido

Cuadro 73. Personal Indirecto

CARGO	TIPO DE CONTRATO
Contador	OPS
Maestro Oficial 1	Obra o labor pactada
Maestro Oficial 2	Obra o labor pactada
Maestro Oficial 3	Obra o labor pactada
Inst. de Drywal	Obra o labor pactada
Albañil	Obra o labor pactada
Plomero	Obra o labor pactada
Electricista	Obra o labor pactada
Pintor	Obra o labor pactada
Instalador Estándar	Obra o labor pactada
Jardinero	Obra o labor pactada

En el cuadro presentado a continuación se relaciona la estructura salarial que tendrá la nueva empresa.

Nota 1. Los porcentajes de carga prestacional del Director general y operativo difieren de los demás por motivo de su salario ya que por el monto no se contempla el rubro de dotación.

Nota 2. El valor del salario propuesto para cada uno de los especialistas es un valor promedio de lo que se puede ganar una persona desempeñando este tipos de trabajos. Se toma como base de calculo la capacidad utilizada contemplada para cada servicio.

Nota 3. El contrato de obra o labor pactada consiste en que al especialista se le pagará según la dimensión de la obra a realizar.

Cuadro 74. Estructura Salarial

AREA	CARGO	CONTARO	TIPO	SALARIO	AUX TRANSPORTE	CARGA PRESTACIONAL
ADMINISTRATIVA FINANZAS DIRECCION VENTAS	Director General	INDEFINIDO	NOMINA	\$2.500.000	\$-	39%
	Secretaria Recepcionista	INDEFINIDO	NOMINA	\$737.717	\$83.140	43,87%
	Asesor Comercial	INDEFINIDO	NOMINA	\$737.717	\$83.140	43,87%
	Contador	OPS	OPS	\$500.000	\$-	-
OPERACIONES	Director de Proyectos	INDEFINIDO	NOMINA	\$1.850.000	\$-	39%
	Diseñador	INDEFINIDO	NOMINA	\$900.000	\$83.140	43,87%
	Oficial de Construcción 1	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Oficial de Construcción 2	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Oficial de Construcción 3	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Inst. Drywall	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Albañil	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Plomero	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Electricista	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Pintor	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
	Instalador Integral	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-
Jardinero	Obra de labor pactada	-	ACORDADO	-	-	

La reforma tributaria realizada mediante la Ley 1607 de 2012 y su Decreto Reglamentario 1828 de 2013 exoneró a los empleadores de pagar las contribuciones de SENA, ICBF y salud por cada trabajador que devengue menos de 10 salarios.⁹⁷

Esta misma ley tubo su última actualización el día 29 de Diciembre de 2016 mediante la ley 1819⁹⁸ por medio de la cual se adopta una reforma tributaria

⁹⁷ Reforma Tributaria. Mediante la Ley 1607 de 2012 y su Decreto Reglamentario 1828 de 2013 [en línea][citado el 26 de Diciembre de 2012] disponible en <http://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/decretos/2013.html>

⁹⁸ GERENCIE. Por medio de la cual se adopta ley 1819 de 2016 [en línea] [citado el 3 de enero de 2017] disponible en <http://www.gerencie.com/como-quedaron-los-aportes-parafiscales-con-la-ley-la-ley-1819-de-2016.html>.

estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal.

Cabe resaltar que la ley 1819 de 2016 no modificó en gran medida los aportes parafiscales, sino que se limitó a adicionar el artículo 114-1 del estatuto tributario que contempla la exención de estos aportes por determinados trabajadores.

En primer lugar, hay que advertir que los aportes parafiscales no desaparecen sino que quedan limitados a ciertos empleadores y con respecto a determinados empleados, de manera tal que los aportes parafiscales se seguirán calculando como de costumbre cuando haya lugar a ello.

Dice el artículo 65 de la ley 1819 de diciembre 29 de 2016, que adiciona el artículo 114-1 al estatuto tributario:

«**EXONERACIÓN DE APORTES.** Estarán exoneradas del pago de los aportes parafiscales a favor del Servicio Nacional del Aprendizaje (SENA), del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y las cotizaciones al Régimen Contributivo de Salud, las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios, correspondientes a los trabajadores que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Teniendo en cuenta que la nueva empresa cumple con los requisitos exigidos para dicha exoneración la carga prestacional para el proyecto se presenta en el cuadro relacionado a continuación.

Cuadro 75. Prestaciones sociales

CARGA PRESTACIONAL		
RUBRO	DESCRIPCION	%
APORTES PARA FISCALES	SENA	0%
	ICBF	0%
	CAJA COMPENSACION	4%
CARGAS PRESTACIONALES	CESANTIAS	8,33%
	PRIMA	8,33%
	VACACIONES	4,17%
	INT. CESANTIAS	1%
SEGURIDAD SOCIAL	SALUD	0%
	PENSION	12%
	ARL (RG-2)	1,044%
PRESTACION	DOTACION	5%
TOTAL		43,87%

5. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio nos permite determinar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, el cual es proyectado a un periodo de operación de 5 años donde se analiza la rentabilidad, la viabilidad financiera y los presupuestos necesarios para cada rubro.

5.1. INVERSIONES

Las inversiones del proyecto comprenden la adquisición de todos los activos necesarios para el inicio de las operaciones. Estas inversiones se clasifican de acuerdo a su naturaleza en:

Activos fijos o inversión fija

Activos intangibles o inversión diferida

Inversión en Capital de trabajo

5.1.1 Inversión Fija

Está compuesta por las adecuaciones y/o construcciones, equipos, maquinaria, muebles y enseres, requeridos para el inicio de operaciones de la nueva empresa.

5.1.1.2 Maquinaria y equipo. En línea con las necesidades de cada uno de los servicios que la nueva empresa ofrecerá, las herramientas requeridas son las relacionadas a continuación. (Ver cuadro 76)

Cuadro 76. Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Multimetro Digital 6 Funciones Red Line	1	\$49.900	\$49.900
Bomba periferica 1/2 hp 110v City Pumps	1	\$119.900	\$119.900
Carretilla 6 FT Plastica cachaca IMSA	2	\$124.900	\$249.800
Cizalla corta pernos 24" STANLEY	1	\$159.900	\$159.900
Compresor 1.0 HP 3gl 125 PSI 9acc 2.4 CFM CRAFTSMAN	1	\$569.900	\$569.900
Corta baldosa manual Rubi TS 60	1	\$979.900	\$979.900
Destapador K-400 C-32IW 3/8 -75 Ridgid	1	\$2.666.400	\$2.666.400
Detector digital Skil	1	\$219.900	\$219.900
Guadaña Maquita 4 tiempos 33.5 cc	1	\$1.199.900	\$1.199.900
Hidrolavadora 1700 psi Max 5.5 L/min KARCHER	1	\$719.900	\$719.900
Ingleteadora manual C/ cerrucho STANLEY	1	\$65.900	\$65.900
Lijadora Rotoorbital 5" 300W 1200 Opm Maquita	1	\$371.900	\$371.900
Medidor distancia laser 40Mt glm / 40 BOSCH	1	\$369.900	\$369.900
Mezcladora de concreto 210 Lt 850 W BAUKER	1	\$1.099.900	\$1.099.900
Nivel laser 2 lineas cruz + medidor laser 15mt BOSCH	1	\$599.900	\$599.900
Pistola fijación calibre 22 2 1/2" RAMSET	1	\$519.900	\$519.900
Pistola para pintar WARNER Flexión 580	1	\$439.900	\$439.900
Pistola pintar WAGNER W550	1	\$219.900	\$219.900
Prensa de Banco 6" Red line	1	\$279.900	\$279.900
Pulidora 4 1/2 900W 10.000 Rpm Maquita	1	\$299.900	\$299.900
Pulidora 9" 2200W 6.500Rpm BOSCH	1	\$699.900	\$699.900
Rotomartillo - PLUS 800W 3.1J 900RPM 3.5KVVR BOSCH	1	\$1.329.900	\$1.329.900
Ruteadora 900W 27.000 RPM Collet 1/4 - 3/8 Maquita	1	\$564.900	\$564.900
SP Caladora 650 W 500 - 3100 Rpm BOSCH	1	\$559.900	\$559.900
SP Cortadora TX 1200 -S CE Ruby	1	\$4.062.500	\$4.062.500
SP Demoledor SDS - Max 1150 W - 1300- 2900 Gpm 8.3j 5.8K	1	\$2.999.900	\$2.999.900
SP Motosierra Maquita 2T -sp 25cmt Profesional	1	\$1.158.900	\$1.158.900
Taladro 1/2 percutor 150W - 3250 Rpm 48500 gpm BOSCH	1	\$339.900	\$339.900
Taladro rotación 12W i-I 1.5A BOSCH	1	\$369.900	\$369.900
Tronzadora 14" 1900W 3500rpm BOSCH	1	\$609.900	\$609.900
TOTAL			\$23.898.000

Fuente. Cotización solicitada Almacenes Homecenter y Constructor

5.1.1.3 Muebles y Enseres. Comprende todos los muebles de oficina necesarios por la empresa para el desarrollo de sus operaciones comerciales y administrativas. Los muebles y enseres requeridos para el inicio de operaciones son los relacionados en el cuadro presentado a continuación. (Ver cuadro 78)

Cuadro 77. Muebles y Enseres.

DESCIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio en madera decorativo sala de ventas	1	\$400.000	\$400.000
Escritorio de oficina	3	\$300.000	\$900.000
Silla tandem 4 puestos	1	\$380.000	\$380.000
Silla Ejecutiva oficina	4	\$150.000	\$600.000
Silla fija tapizada	5	\$120.000	\$600.000
Mueble punto de contacto Servicios - Express	1	\$200.000	\$200.000
Archivador 4 puestos	2	\$220.000	\$440.000
Dispensador de Agua	1	\$350.000	\$350.000
Cafetera	1	\$100.000	\$100.000
Termos	2	\$35.000	\$70.000
Nevera mini 92 litros LG	1	\$350.000	\$350.000
Tablero acrilico	1	\$120.000	\$120.000
Plantas naturales decorativas	2	\$30.000	\$60.000
Cuadro decorativo	2	\$150.000	\$300.000
Extintor 10 Lbs	2	\$80.000	\$160.000
Botiquin Primeros Auxilios	1	\$100.000	\$100.000
Cesta de basura pequeñas	5	\$25.000	\$125.000
TOTAL			\$5.255.000

Fuente. Cotización solicitada Almacenes Homecenter y Falaballa

5.1.1.4 Equipos de oficina y comunicación. Comprende los equipos de comunicación y computación requeridos por la empresa para la producción y comercialización del servicio.

Los equipos de oficina contemplados para el inicio de operaciones del presente proyecto, cumplen con características técnicas necesarias para la realización de los trabajos de diseño, y seguimiento a clientes; software instalados y ajustados completamente para la actividad.

Cuadro 78 Equipo de oficina Computación y Comunicación

DESCIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador de Escritorio mac con licencia	1	\$3.800.000	\$3.800.000
Computador de Escritorio Dell con licencia	2	\$1.800.000	\$3.600.000
Computador Portatil con licencia	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Tablet	1	\$650.000	\$650.000
TV Samsung 50"	1	\$2.500.000	\$2.500.000
DVD	1	\$150.000	\$150.000
Caja registradora	1	\$250.000	\$250.000
Datafono	1	\$70.000	\$70.000
Impresora Multifuncional Laser tinta continua	1	\$350.000	\$350.000
Telefono Fijo de base	2	\$80.000	\$160.000
Kit Camara de seguridad	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Diadema	1	\$25.000	\$25.000
Celular	2	\$120.000	\$240.000
Estabilizador de Corriente	3	\$50.000	\$150.000
UPS	1	\$120.000	\$120.000
Software diseño y seguimiento a clientes	2	\$1.200.000	\$2.400.000
TOTAL			\$16.965.000

Fuente. Cotización solicitada Almacenes Homecenter – Falaballa y Tienda virtual Microsoft

5.1.1.5 Herramienta. Las herramientas contempladas garantizan los implementos necesarios para la correcta prestación de cada uno de los servicios.

Cuadro 79 Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Llave Plomero 11" STANLEY	2	\$14.900	\$29.800
Alicate 6" Punta Larga pela cable STANLEY	1	\$29.900	\$29.900
Alicate 8" Electricista Pro STANLEY	2	\$34.900	\$69.800
Alicate grueso aislado 1000W 8" STANLEY	1	\$68.900	\$68.900
Almadana 10lbs con cabo INCOLMA	2	\$93.900	\$187.800
Almadana 6lb con cabo INCOLMA	2	\$69.900	\$139.800
Almadana 4lb con cabo INCOLMA	2	\$39.900	\$79.800
Azadon colima reforzado con cabo	2	\$39.900	\$79.800
Balde Contrucción	5	\$3.950	\$19.750
Bandeja de plastico 9"	4	\$7.900	\$31.600
Caja red line 18"	3	\$32.900	\$98.700
Cepillo madera global # 3 STANLEY	1	\$82.900	\$82.900
Cinzel con protección 3/4 * 1/2" Red line Pro	2	\$13.900	\$27.800
Corta ramas estaencible	2	\$69.900	\$139.800
Corta tubos telescopico Red line	2	\$29.900	\$59.800
Cortafrios DiagonalAislado 1000v 6.1/4" STANLEY	1	\$53.900	\$53.900
Corta tubo pvc hasta 1 5/8 STANLEY	2	\$73.900	\$147.800
Cultivador M/madera 29cmt Ergo	2	\$12.900	\$25.800
Destanqueador 20 pies enrollable con manivela	1	\$72.900	\$72.800
Escalera 1.2 Mt 3P tigera / bandeja Alum 90k TIII Werner	1	\$134.900	\$134.900
Escalera 1.5 Mt 4p tigera / bandeja Alum 90K TIII Werner	1	\$159.900	\$159.900
Escalera 1.8 Mt 5p tigera / bandeja Alum 90k TIII Werner	1	\$179.900	\$179.900
Escalera 4.3Mt 14p extensión Alum 90K TIII Red liene	1	\$279.900	\$279.900
Escalera 1.3 Mt 24p Extensión Alum 136K T1A Red line	1	\$599.900	\$599.900
Escardillo 2 puntas con mango 110cmt	2	\$24.900	\$49.800
Escoba plastica jardin 18" 20 dientes	2	\$14.900	\$29.800
Escoba plastica jardin 24" 27 dientes	2	\$21.900	\$43.800
Espatula de emboquillar RUBI	2	\$16.500	\$33.000
Espatula flexible 3" RED LINE	2	\$8.900	\$17.800
Espatula flexible 6" RED LINE	2	\$13.900	\$27.800
Extensión 15Mt 50ft Naranja P/T 3al cal. 16	1	\$114.900	\$114.900
Extensión 30Mt 100ft Naranja P/T 1 Sal cal. 12	1	\$239.900	\$239.900
Extensión telescopica 2.4 Mt	2	\$29.900	\$59.800
Extensión telescopica 4.9 Mt	2	\$49.900	\$99.800
Acha colima 4310 con cabo 3.5 lb	2	\$69.900	\$139.800
Acha soldada 2.0 c/mgo 50 cmt	2	\$44.900	\$89.800
Hombre solo 10" recto Pro STANLEY	2	\$29.900	\$59.800
Hoz con dientes mango corto	2	\$9.900	\$19.800

Continua cuadro 79 Herramientas

JG Destornillador 1000v 4 pala 2 cruz 1 tester STANLEY	1	\$95.900	\$95.900
JG 14 llaves con viandas 8 -24 mm STANLEY	1	\$179.900	\$179.900
Juego destornilladores 6 pzs PRO STANLEY	2	\$51.900	\$103.800
JG Llaves Hexag mm 8 Pzs	2	\$26.900	\$53.800
Llana de caucho 30cmt	2	\$9.900	\$19.800
Llana dentada 12*12MM m/madera 48cmt	2	\$21.500	\$43.000
Llana dentada 6*8mm m/plastico 28cmt Red line	2	\$13.900	\$27.800
Llana dentada en acero mango plastico 12+12 mm RUBI	2	\$14.100	\$28.200
Llana V base goma m/plastico 15.2cmt RED LINE	3	\$4.900	\$14.700
Llave expansión 10" STANLEY	1	\$37.900	\$37.900
Llave expansión 8" STANLEY	1	\$30.900	\$30.900
Llave para de tubo de 10 Rigid	2	\$108.900	\$217.800
Llave tubo 10" Redline	1	\$29.900	\$29.900
Lave tubo 14" Redline	1	\$49.900	\$49.900
Machete Gavilan colorao barrigon pulido 22"	2	\$20.900	\$41.800
Manguera Bicolor naranja / negro 30 Mts	1	\$125.900	\$125.900
Manguera Bicolor Naranja / negro 50 Mts	1	\$199.900	\$199.900
Marco de segueta 12" PRO STANLEY	2	\$39.900	\$79.800
Martillo caucho f/vidrio 10 onz DISCOVER	2	\$11.900	\$23.800
Martillo caucho f/vidrio 24 onz DISCOVER	2	\$18.900	\$37.800
Martillo UNA 16 Onz Magneti metal RED LINE	2	\$34.900	\$69.800
Mini cortatubos RED LINE	2	\$19.900	\$39.800
Nivel aluminio 80 cmt con regla Red line Profesional	2	\$49.900	\$99.800
Nivel resina estructural 18" STANLEY	2	\$25.900	\$51.800
Pala Ancha mango madera	2	\$5.900	\$11.800
Pala cuadrada C/ mango corto	2	\$32.900	\$65.800
Pala cuadrada jardin Pqna m/ madera 45cmt	2	\$30.900	\$61.800
Pala N.2 Cuadrada con cabo COLIMA	2	\$31.900	\$63.800
Pala redonda mango de madera 74cmt	2	\$32.900	\$65.800
Pala redonda pequeña m/madera 45cmt tramontina	2	\$17.900	\$35.800
Paladraga colima	2	\$69.900	\$139.800
Palin Ollador colima con cabo	2	\$26.900	\$53.800
Palita ancha aluminio 30cmt ERGO	2	\$14.900	\$29.800
Palustre 10" mango madera gavilan	2	\$17.900	\$35.800
Palustre 8" mango madera gavilan	2	\$16.900	\$33.800
Palustre 7" mango madera gavilan	2	\$15.900	\$31.800
Pela cable ajustable 10Awg- 24Awg STANLEY	1	\$50.900	\$50.900
Pinza de Punta aislada 1000w 8 1/4" STANLEY	1	\$58.900	\$58.900
Pinza voltiamperimetrica digital RED LINE	1	\$69.900	\$69.900

Continúa cuadro 79 Herramientas

Plomada 8 Onz STANLEY	2	\$41.900	\$83.800
Prensa en F 6" rapida RED LINE	1	\$22.900	\$22.900
Punzon con protección 3/4 * 12" REDLINE PRO	2	\$17.900	\$35.800
Remachadora trabajo pesado 4 bocas STANLEY	1	\$64.900	\$64.900
Kit atomillador 65pzs RED LINE	1	\$34.900	\$34.900
SERRUCHO doble mango madera para poda18"	2	\$17.900	\$35.800
SERRUCHO luchador 18" STANLEY	2	\$20.900	\$41.800
Set 250 Piezas Herramientas Hogar Red line	2	\$99.900	\$199.800
Set Herramientas 3 Pzas Red line	2	\$42.900	\$85.800
Set puntas Tough case 18 piezas DEWALT	1	\$39.900	\$39.900
Tijera acero Multifunciones 9" ERGO	2	\$37.900	\$75.800
Tijera Acero podar trabajo pesado 7 3/4" ERGO	2	\$54.900	\$109.800
Tijera corta cesped manos de acero ERGO	2	\$46.900	\$93.800
Tijera de podar profesional	2	\$53.900	\$107.800
Tijera hojalata 10" STANLEY	1	\$52.900	\$52.900
Tijera para cesped	2	\$24.900	\$49.800
Tijera para podar arboles zincada con palo	2	\$55.900	\$111.800
Tijeras flores aluminio 21 cmt ERGO	2	\$19.900	\$39.800
Zapapico Colima 8 Lb con cabo	2	\$46.900	\$93.800
Zapapico jardinero 110cmt Mango madera	2	\$24.900	\$49.800
TOTAL			\$7.767.750

Fuente. Cotización solicitada Almacenes Homecenter

5.1.1.6 Total de inversión fija. Teniendo en cuenta los valores relacionados en los cuadros anteriores se consolida en el cuadro presentado a continuación el total de la inversión fija.

Cuadro 80. Total inversión Fija

INVERSION	VALOR
Muebles y Enseres	\$5.255.000
Equipo de Oficina y Comunicación	\$16.965.000
Maquinaria y equipo	\$23.898.000
Herramienta	\$7.767.750
TOTAL	\$53.885.750

5.1.2 Inversión diferida

Se presentan los gastos necesarios de intangibles pre operativos y presupuestos de publicidad y posicionamiento en los cuales incurrirá la empresa para el inicio de operaciones.

Cuadro 81. Inversión diferida⁹⁹

INVERSION DIFERIDA	
CONCEPTO	VALOR
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$1.200.000
CONSTITUCION Y REGISTRO	\$850.000
ADECUACIONES LOCATIVAS	\$3.500.000
CAMPAÑA DE LANZAMIENTO (ESPECTATIVA)	\$5.861.756
TOTAL	\$11.411.756

5.1.3 Inversión de capital de trabajo

Se mantendrá un capital de trabajo para el primer mes, en esta inversión inicial se contempla el cubrimiento de los costos y gastos de funcionamiento normal de la nueva empresa, teniendo en cuenta el periodo estimado donde no se persiven ingresos, (1 mes), donde se tendrá que disponer de efectivo en caja y bancos para su cubrimiento.

5.1.3.1 Costos de prestación del servicio Son todos aquellos costos en los que incurre la nueva empresa en la prestación del servicio, como la mano de obra directa y costos indirectos.

⁹⁹ INDUSTRIA Y COMERCIO. Solicitud de registro de marca de productos o servicios por una clase. Bogotá. Jun 26, 2016 [en línea] <http://www.sic.gov.co/drupal/tasas-2014-signos-distintivos>. <http://mprende.co/>

- **Mano de obra directa** Esta conformada por el personal que está directamente relacionado a la prestación del servicio.

Para hallar el valor promedio del sueldo de cada especialista, se tomo como base la cantidad de servicios calculados en la capacidad utilizada para el año 1.

Cuadro 82. Mano de Obra directa

CARGO	TIPO DE CONTRATO	SUELDO PROMEDIO ESPECIALISTA MES
Maestro Oficial Baños	Obra o labor	\$3.019.670
Maestro Oficial Cocinas	Obra o labor	\$3.995.749
Maestro Oficial Inst. pisos	Obra o labor	\$3.499.769
Instalador de Drywall	Obra o labor	\$8.685.768
Albañil	Obra o labor	\$2.199.600
Plomero	Obra o labor	\$6.271.515
Electricista	Obra o labor	\$9.526.400
Pintor	Obra o labor	\$15.716.711
Jardinero	Obra o labor	\$3.477.760
Instalador Integral	Obra o labor	\$4.986.988
TOTAL		\$61.379.931

- **Costos indirectos de la prestación del servicio** Están dados por la mano de Obra indirecta, la depreciación y el mantenimiento de la herramienta y la maquinaria, seguros, rodamiento, arrendamiento, servicios públicos, y suministros diversos a cargo del área de producción del servicio.

Cuadro 83. Mano de obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA						
CARGO	TIPO DE CONTRATO	SALARIO	TRANSPORTE	PRESTACIONES y Otros	SUELDO MES	SUELDO AÑO 1
Director de Proyectos	Indefinido	\$1.850.000	\$-	\$721.500	\$2.571.500	\$30.858.000
Diseñador	Indefinido	\$900.000	\$83.140	\$394.866	\$1.378.006	\$16.536.072
TOTAL					\$ 3.949.506	\$ 47.394.072

Cuadro 84. Depreciación Herramienta, maquinaria y Equipo.

ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DEPRECIABLES	DEPRECIACION AÑO	DEPRECIACION MES	SALVAMENTO
Herramienta, Maquinaria y Equipo	\$1.655.750	10	\$166.575	\$13.881	\$1.331.150

Cuadro 85. Mantenimiento Herramienta, maquinaria y equipo

ACTIVO	V/R ACTIVO	% Anual	V/R AÑO	V/R MES
Herramienta, Maquinaria y equipo	\$31.665.750	5%	\$1.583.288	\$131.941
TOTAL			\$1.583.288	\$131.941

Cuadro 86. Seguros Herramienta, maquinaria y equipo

ACTIVO	V/R ACTIVO	% Anual	V/R AÑO	V/R MES
Herramienta, Maquinaria y equipo	\$31.665.750	1%	\$316.658	\$26.388
TOTAL			\$316.658	\$26.388

A continuación se presenta el cuadro resumen de los costos indirectos de prestación del servicio en los cuales incurrirá la nueva empresa; contemplando el prorateo del 10% del valor del arriendo y demás según las indicaciones del director de proyecto.

Cuadro 87. Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
CONCEPTO	MES	AÑO 1
Mano de Obra indirecta	\$ 3.949.506	\$ 47.394.072
Depreciacion Herramienta, Maquinaria y Equipo	\$ 263.881	\$ 3.166.572
Mantenimiento Herramienta, Maquinaria y Equipo	\$ 131.941	\$ 1.583.288
Seguros	\$ 26.388	\$ 316.658
Prorrateo Servicios publicos - Arriendo - Honorarios - Plan corporativo (10%)	\$ 227.000	\$ 2.724.000
TOTAL	\$4.598.716	\$ 55.184.589

- **Total costos prestación del servicio**

Cuadro 88. Total costos servicio

COSTO PRESTACIÓN DEL SERVICIO		
CONCEPTO	MES	AÑO 1
Mano de Obra Directa	\$61.379.931	\$736.559.173
Costos Indirectos	\$4.598.716	\$55.184.589
TOTAL	\$65.978.647	\$791.743.762

5.1.2 Gastos de administración y ventas.

Corresponden a los gastos de nomina de los empleados de administración y ventas, así como a los gastos de depreciación de activos, Amortización diferida, gastos genereles, honorarios, servicios, entre otros.

5.1.2.1 Nomina administración y ventas

Cuadro 89. Nomina Administración y ventas

MANO DE OBRA AREA DE ADMINISTRACION Y VENTAS						
CARGO	TIPO DE CONTRATO	SALARIO	TRANSPORTE	PRESTACIONES y Otros	SUELDO MES	SUELDO AÑO 1
Director General	Indefinido	\$ 2.500.000	\$0	\$ 975.000	\$ 3.475.000	\$ 41.700.000
Asesor Comercial	Indefinido	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 323.666	\$ 1.144.523	\$ 13.734.275
Secretaria Recepcionista	Indefinido	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 323.666	\$ 1.144.523	\$ 13.734.275
TOTAL					\$ 5.764.046	\$ 69.168.551

5.1.2.2 Depreciación Administración y ventas

Cuadro 90. Depreciación Muebles - enceres y equipo de oficina

ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DEPRECIABLES	DEPRECIACION AÑO	DEPRECIACION MES	SALVAMENTO
Muebles y enceres	\$ 5.255.000	10	\$ 525.000	\$ 43.792	\$ 1.051.000
Equipos de oficina	\$ 6.965.000	5	\$ 1.393.000	\$ 282.750	\$ -
TOTAL			\$ 1.918.000	\$ 326.542	\$ 1.051.000

5.1.2.3 Amortización de diferidos.

Cuadro 91. Amortización de diferidos

Activo	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Diferido	\$11.411.756	\$11.411.756	\$11.411.756	\$11.411.756	\$11.411.756	\$11.411.756
Amortización	0	\$2.282.351	\$4.564.702	\$6.847.054	\$9.129.405	\$11.411.756
Total Activo Diferido	\$11.411.756	\$9.129.405	\$6.847.054	\$4.564.702	\$2.282.351	\$0

5.1.2.4 Gastos generales

- Insumos

El cuadro presentado a continuación muestra la cantidad de insumos de oficina, papelería, Aseo – cafetería, Dotación y seguridad industrial, necesarios para dentro de los 3 primeros meses.

Cuadro 92. Insumos de oficina Gastos de Administración y ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	TOTAL AÑO	TOTAL MES
Calculadora	4	\$ 3.500	\$ 14.000	\$ 4.000	\$ 1.167
Perforadora	3	\$ 3.700	\$ 11.100	\$ 1.100	\$ 925
Grapadora	3	\$ 3.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 750
Sacaganchos	3	\$ 2.800	\$ 8.400	\$ 8.400	\$ 700
Caja Ganchos para coseadora	3	\$ 4.000	\$ 12.000	\$ 8.000	\$ 2.000
Carpetas legajadoras	50	\$ 300	\$ 15.000	\$ 6.000	\$ 5.000
Caja Ganchos legajadores	3	\$ 5.500	\$ 16.500	\$ 6.000	\$ 5.500
Hueller	3	\$ 3.800	\$ 11.400	\$ 1.400	\$ 950
Diadema	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 0.000	\$ 1.167
Respa papel carta membreteada	6	\$ 35.000	\$ 210.000	\$ 240.000	\$ 70.000
kit tinta para sistema continuo impresora	1	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 80.000	\$ 0.000
Sellos	3	\$ 12.000	\$ 36.000	\$ 6.000	\$ 3.000
Almohadilla tinta para sellos	2	\$ 3.000	\$ 6.000	\$ 4.000	\$ 2.000
Brochure de portafolio	50	\$ 2.500	\$ 125.000	\$ 50.000	\$ 62.500
Carpeta tipo acordeon archivador	3	\$ 12.500	\$ 37.500	\$ 50.000	\$ 2.500
Tijeras	2	\$ 2.500	\$ 5.000	\$ 0.000	\$ 333
Zacapuntas	2	\$ 1.200	\$ 2.400	\$ 2.800	\$ 240
Borrador para tablero	1	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 9.000	\$ 750
Caja de Marcadores Borrables	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 2.500
Caja de lapicero Kilometrico	2	\$ 16.800	\$ 33.600	\$ 34.400	\$ 1.200
Talonnarios factura	12	\$ 21.000	\$ 252.000	\$ 1.008.000	\$ 84.000
Targetas de presentación	1000	\$ 90	\$ 90.000	\$ 80.000	\$ 5.000
TOTAL			\$ 1.717.900	\$ 6.454.100	\$ 37.842

Fuente. Cotización solicitada 2504 Publicidad y Papeleria granero oriental #1

Cuadro 93. Insumos de aseo y cafetería

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	TOTAL AÑO	TOTAL MES
Escoba	1	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 120.000	\$ 10.000.667
Trapero	1	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 180.000	\$ 15.000.500
Recogedor	1	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 90.000	\$ 7.500.250
Paños de microfibras	2	\$ 8.900	\$ 17.800	\$ 213.600	\$ 17.800.933
Plumero	1	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 144.000	\$ 12.000.000
Bolsa de jabón en polvo 10kg	2	\$ 12.500	\$ 25.000	\$ 300.000	\$ 25.000.333
Garrafa de Ambientador	2	\$ 17.800	\$ 35.600	\$ 427.200	\$ 35.600.1867
Balde de escurridor	1	\$ 9.900	\$ 9.900	\$ 118.800	\$ 9.900.650
Papel higiénico 24 unidades	1	\$ 15.900	\$ 15.900	\$ 190.800	\$ 15.900.300
Jabón para manos 750cc	2	\$ 7.900	\$ 15.800	\$ 189.600	\$ 15.800.267
Bolsa de café sello rojo 1000 gramos	2	\$ 5.500	\$ 11.000	\$ 132.000	\$ 11.000.667
Caja de aromáticas 50 burtidas	2	\$ 15.000	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 30.000.000
Azúcar por kilos	2	\$ 5.500	\$ 11.000	\$ 132.000	\$ 11.000.500
Termo ultratemperatura MUSA	2	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 720.000	\$ 60.000.000
Vasos desechables pequeños para caldo 10	2	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 480.000	\$ 40.000.000
Botellón de agua Brisa	5	\$ 25.900	\$ 129.500	\$ 1554.000	\$ 129.500.1583
Vasos desechables medianos para agua 10	5	\$ 7.500	\$ 37.500	\$ 450.000	\$ 37.500.2500
Vajilla interactiva 6 puestos Corelle	1	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 50.000.5000
Jabón AXION para toalla presentación en circulo	2	\$ 3.000	\$ 6.000	\$ 72.000	\$ 6.000.0000
Zabra para toalla 6 unidades	2	\$ 3.500	\$ 7.000	\$ 84.000	\$ 7.000.0000.333
TOTAL			\$ 46.500	\$ 1.912.200	\$ 159.350

Fuente. Cotización solicitada Almacenes Homecenter y Exito

- **Mantenimiento muebles enseres y equipos de oficina**

Cuadro 94. Mantenimiento muebles enseres y equipos de oficina

RUBRO	V/R ACTIVO	PROPORCION	V/R AÑO	V/R MES
Muebles y enseres	\$ 5.255.000	5%	\$ 262.750	\$ 21.896
Equipos de oficina	\$ 16.965.000	5%	\$ 848.250	\$ 70.688
TOTAL			\$ 1.111.000	\$ 92.583

- **Seguros**

Cuadro 95. Seguros muebles enseres y equipos de oficina

ACTIVO	V/R ACTIVO	PROPORCION	V/R AÑO	V/R MES
Muebles y encerados	\$ 5.255.000	1%	\$ 52.550	\$ 4.379
Equipos de oficina	\$ 16.965.000	1%	\$ 169.650	\$ 14.138
TOTAL			\$ 222.200	\$ 18.517

- **Publicidad Operación**

Cuadro 96. Publicidad Operación

CONCEPTO	DESCIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	PPTO AÑO	PPTO MESUAL
CARPETA BROCHURE	Carpeta tamaño A4 300 unidades	\$ 750.000	3	\$ 2.250.000	\$ 187.500
TARGETAS DE PRESENTACIÓN	1 millar de targetas en propalcote 240grs full color plastificadas en mate de 90* 55mm	\$ 90.000	3	\$ 270.000	\$ 22.500
HOJAS MEMBRETE	500 hojas membreteadas en papel bond 75gr dos colores	\$ 135.000	3	\$ 405.000	\$ 33.750
TALONARIOS DE FACTURA	Talonnario * 100 unidades de 20*14cmt en papel quimico dos colores	\$ 21.000	36	\$ 756.000	\$ 63.000
TALONARIOS DE COTIZACION	Talonnario * 100 unidades de 20*14cmt en papel quimico dos colores	\$ 21.000	36	\$ 756.000	\$ 63.000
RADIO	Contrato mensual de cuñas radiales de 30 segundos en los espacios de mayor sintonia con caracol radio en emisoras del am y fm	\$ 424.000	12	\$ 5.088.000	\$ 424.000
INTERNET	Administración y soporte Página web + redes sociales	\$ 208.300	12	\$ 2.499.600	\$ 208.300
REVISTAS SECTORIALES	Presencia publicitaria de 7cmt * 4cmt en la revista gente de cabecera y gente de cañaverál	\$ 300.440	12	\$ 3.605.280	\$ 300.440
TOTAL				\$ 15.629.880	\$ 1.302.490

- **Otros gastos administración y ventas**

Cuadro 97. Otros Gastos administración y ventas

CONCEPTO	VALOR		ADMINISTRACION MES	ADMINISTRACION AÑO	VENTAS MES	VENTAS AÑO
Area de ocupación 60mt2			40mt2		24mt2	
			50%		40%	
SERVICIOS PUBLICOS	Acueducto y alcantarillado	\$ 80.000	\$ 40.000	\$ 480.000	\$ 32.000	\$ 384.000
	Electricidad	\$ 150.000	\$ 75.000	\$ 900.000	\$ 60.000	\$ 720.000
	TV - Internet - Telefono	\$ 100.000	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 40.000	\$ 480.000
	Gas	\$ 30.000	\$ 15.000	\$ 180.000	\$ 12.000	\$ 144.000
Arriendo		\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 7.200.000	\$ 480.000	\$ 5.760.000
Honorarios		\$ 500.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Plan corporativo CLARO		\$ 210.000	\$ 105.000	\$ 1.260.000	\$ 84.000	\$ 1.008.000
TOTAL		\$ 2.270.000	\$ 1.135.000	\$ 13.620.000	\$ 908.000	\$ 10.896.000

Cuadro 98. Total gastos generales

GASTOS GENERALES ADM Y VENTAS		
DETALLE	V/R MES	V/R AÑO
Insumos Oficina	\$ 537.842	\$ 6.454.104
Insumos Aseo	\$ 159.350	\$ 1.912.200
Mantenimiento administrativo	\$ 92.583	\$ 1.110.996
Seguro administrativo	\$ 18.517	\$ 222.204
Publicidad	\$ 1.302.490	\$ 15.629.880
Otros	\$ 2.043.000	\$ 24.516.000
TOTAL	\$ 4.153.782	\$ 49.845.384

Cuadro 99. Consolidado Gastos de Administración y ventas


GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		
RUBRO	MENSUAL	ANUAL
Mano de Obra Adm y ventas	\$5.764.046	\$69.168.552
Depreciación administrativa	\$326.542	\$3.918.504
Gastos Generales	\$4.153.782	\$49.845.384
TOTAL	\$10.244.370	\$122.932.440

5.1.2.5 Gastos Financieros. En este aparte se relacionan el valor de los intereses pagados por el credito a la entidad bancaria. El valor a financiar es de \$ 61.000.000

Cuadro 100. Intereses Pagados Año1

INTERESES AÑO 1	
MES	V/R INTERES
1	\$1.403.000
2	\$1.391.923
3	\$1.380.592
4	\$1.369.000
5	\$1.357.141
6	\$1.345.010
7	\$1.332.600
8	\$1.319.904
9	\$1.306.916
10	\$1.293.629
11	\$1.280.037
12	\$1.266.133
TOTAL	\$16.045.885

Cuadro 101. Proyección Pre – aprobado Banco caja social

						
Oficina: 183 CALLE 25 BUCARAMANGA			Fecha: 2017/01/24		Página: 1	
Usuario: A5P754A3 AURA MILENA CERES SANTAFE			Ciudad: BUCARAMANGA			
TERMINOS DE LA OPERACIÓN DE CREDITO						
Crédito No: 30011215618						
Nombre del Cliente: CARLOS EDUARDO RUEDA PABON						
Número de Identificación: Nit. 098632106-1						
Fecha del Desembolso: 0		Valor pre aprobado: \$61.000.000		Plazo en Meses: 00060		Número de Pagos: -
Tasa Efectiva: 31,5%		Valor Desembolso: \$0		Sistema de Amortización: 05 vencido		Cuota fija: \$1.884.592
Tasa Nominal: 27,7%		Valor Cuota: \$1.884.592		Saldo Capital: \$61.000.000		
Tasa Mora: Máxima legal		Número de Cuotas: 00060		Of. Administradora: Cabecera del Llano		
Periodicidad de Pago: 01 MENSUAL		Fecha de Caducidad: 2017-03-24				
Periodo de Gracia y Congelamiento:						
Proyección de Pagos						
CUOTA	FECHA PAGO	SALDO CAPITAL	CAPITAL	INTERES	VALOR CUOTA MENSUAL	VALOR CUOTA ANUAL
0		\$61.000.000				
1	25/03/17	\$60.518.408	\$481.592	\$1.403.000	\$1.884.592	
2	25/04/17	\$60.025.739	\$492.669	\$1.391.923	\$1.884.592	
3	25/05/17	\$59.521.739	\$504.000	\$1.380.592	\$1.884.592	
4	25/06/17	\$59.006.147	\$515.592	\$1.369.000	\$1.884.592	
5	25/07/17	\$58.478.696	\$527.451	\$1.357.141	\$1.884.592	
6	25/08/17	\$57.939.114	\$539.582	\$1.345.010	\$1.884.592	
7	25/09/17	\$57.387.122	\$551.992	\$1.332.600	\$1.884.592	
8	25/10/17	\$56.822.434	\$564.688	\$1.319.904	\$1.884.592	
9	25/11/17	\$56.244.757	\$577.676	\$1.306.916	\$1.884.592	
10	25/12/17	\$55.653.795	\$590.963	\$1.293.629	\$1.884.592	
11	25/01/18	\$55.049.240	\$604.555	\$1.280.037	\$1.884.592	
12	25/02/18	\$54.430.780	\$618.460	\$1.266.133	\$1.884.592	
Subtotal			\$6.569.220	\$16.045.885	\$22.615.105	\$22.615.105
13	25/03/18	\$53.798.096	\$632.684	\$1.251.908	\$1.884.592	
14	25/04/18	\$53.150.860	\$647.236	\$1.237.356	\$1.884.592	
15	25/05/18	\$52.488.738	\$662.122	\$1.222.470	\$1.884.592	
16	25/06/18	\$51.811.387	\$677.351	\$1.207.241	\$1.884.592	
17	25/07/18	\$51.118.457	\$692.930	\$1.191.662	\$1.884.592	
18	25/08/18	\$50.409.589	\$708.868	\$1.175.725	\$1.884.592	
19	25/09/18	\$49.684.418	\$725.172	\$1.159.421	\$1.884.592	
20	25/10/18	\$48.942.567	\$741.850	\$1.142.742	\$1.884.592	
21	25/11/18	\$48.183.654	\$758.913	\$1.125.679	\$1.884.592	
22	25/12/18	\$47.407.286	\$776.368	\$1.108.224	\$1.884.592	
23	25/01/19	\$46.613.062	\$794.225	\$1.090.368	\$1.884.592	
24	25/02/19	\$45.800.570	\$812.492	\$1.072.100	\$1.884.592	
Subtotal			\$8.630.210	\$13.984.895	\$22.615.105	\$22.615.105
25	25/03/19	\$44.969.391	\$831.179	\$1.053.413	\$1.884.592	
26	25/04/19	\$44.119.095	\$850.296	\$1.034.296	\$1.884.592	
27	25/05/19	\$43.249.242	\$869.853	\$1.014.739	\$1.884.592	
28	25/06/19	\$42.359.382	\$889.860	\$994.733	\$1.884.592	
29	25/07/19	\$41.449.056	\$910.326	\$974.266	\$1.884.592	
30	25/08/19	\$40.517.792	\$931.264	\$953.328	\$1.884.592	
31	25/09/19	\$39.565.110	\$952.683	\$931.909	\$1.884.592	
32	25/10/19	\$38.590.515	\$974.595	\$909.998	\$1.884.592	
33	25/11/19	\$37.593.505	\$997.010	\$887.582	\$1.884.592	
34	25/12/19	\$36.573.563	\$1.019.941	\$864.651	\$1.884.592	
35	25/01/20	\$35.530.163	\$1.043.400	\$841.192	\$1.884.592	
36	25/02/20	\$34.462.765	\$1.067.398	\$817.194	\$1.884.592	
SubTotal			\$11.337.805	\$11.277.300	\$22.615.105	\$22.615.105
37	25/03/20	\$33.370.816	\$1.091.948	\$792.644	\$1.884.592	
38	25/04/20	\$32.253.753	\$1.117.063	\$767.529	\$1.884.592	
39	25/05/20	\$31.110.997	\$1.142.756	\$741.836	\$1.884.592	
40	25/06/20	\$29.941.958	\$1.169.039	\$715.553	\$1.884.592	
41	25/07/20	\$28.746.031	\$1.195.927	\$688.665	\$1.884.592	
42	25/08/20	\$27.522.598	\$1.223.433	\$661.159	\$1.884.592	
43	25/09/20	\$26.271.025	\$1.251.572	\$633.020	\$1.884.592	
44	25/10/20	\$24.990.667	\$1.280.359	\$604.234	\$1.884.592	
45	25/11/20	\$23.680.860	\$1.309.807	\$574.785	\$1.884.592	
46	25/12/20	\$22.340.928	\$1.339.932	\$544.660	\$1.884.592	
47	25/01/21	\$20.970.177	\$1.370.751	\$513.841	\$1.884.592	
48	25/02/21	\$19.567.899	\$1.402.278	\$482.314	\$1.884.592	
Subtotal			\$14.894.866	\$7.720.239	\$22.615.105	\$22.615.105
49	25/03/21	\$18.133.369	\$1.434.530	\$450.062	\$1.884.592	
50	25/04/21	\$16.665.844	\$1.467.525	\$417.067	\$1.884.592	
51	25/05/21	\$15.164.566	\$1.501.278	\$383.314	\$1.884.592	
52	25/06/21	\$13.628.759	\$1.535.807	\$348.785	\$1.884.592	
53	25/07/21	\$12.057.629	\$1.571.131	\$313.461	\$1.884.592	
54	25/08/21	\$10.450.362	\$1.607.267	\$277.325	\$1.884.592	
55	25/09/21	\$8.806.128	\$1.644.234	\$240.358	\$1.884.592	
56	25/10/21	\$7.124.077	\$1.682.051	\$202.541	\$1.884.592	
57	25/11/21	\$5.403.339	\$1.720.738	\$163.854	\$1.884.592	
58	25/12/21	\$3.643.024	\$1.760.315	\$124.277	\$1.884.592	
59	25/01/22	\$1.842.221	\$1.800.803	\$83.790	\$1.884.592	
60	25/02/22	\$0	\$1.842.221	\$42.371	\$1.884.592	
Subtotal			\$19.567.899	\$3.047.206	\$22.615.105	\$22.615.105
TOTALES				\$104.151.050	\$22.615.105	\$113.075.525

5.1.3. Total Capital de trabajo. Se presenta el cuadro resumen del capital de trabajo. Según indicaciones del director de proyecto se descuentan los rubros de depreciación, amortización de diferidos y prestaciones de los primeros 3 meses.

Cuadro 102. Total capital de trabajo

TOTAL INVERSION CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	PERIODO INGRESOS 0\$	TOTAL
	MES 1 al 3	
Costos de prestacion del servicio	\$4.598.716	\$13.796.147
Gastos de Adm. Y Ventas	\$10.244.370	\$30.733.110
Gastos financieros (Intereses)	\$1.403.000	\$4.209.000
Subtotal	\$16.246.086	\$48.738.257
Menos depreciación total	\$590.423	\$1.771.269
Menos Amortización de diferidos	\$190.196	\$570.588
Menos Prestaciones y Parafiscales	\$2.738.698	\$8.216.094
TOTAL	\$12.726.769	\$38.180.307

5.1.4 Inversión total

Cuadro 103. Inversión total

INVERSION TOTAL	
CONCEPTO	VALOR
Inversion Fija	\$53.885.750
Inversion Diferida	\$11.411.756
Capital de trabajo	\$38.180.307
TOTAL	\$103.477.813

5.1.5 Fuentes de financiación

El capital necesario para la puesta en marcha del presente proyecto es de \$ 103.477.813

Con una entidad bancaria se apalancara un (58,95%), (\$ 61.000.000); el valor restante (41,05%), (\$ 42.477.813) se reunirá por medio de recursos propios de los socios, quienes durante su etapa de empleados realizaron un ahorro programado con el fondo de empleados de Sodimac Colombia S.A. (Homecenter).

La suma aportada por cada socio sería:

Socio Fundador: Carlos Eduardo Rueda Pabón : 80% (\$33.982.250)

Socio Inversionista: Yomar Hurtado Torres : 20% (\$ 8.495.563)

Cuadro 104. Financiación Proyecto

DISTRIBUCION DE CAPITAL		
BANCO	58,95%	\$ 61.000.000
R.P	41,05%	\$ 42.477.813
TOTAL	100,00%	\$103.477.813

NOTA.¹⁰⁰

Teniendo en cuenta que el capital necesario para iniciar el presente proyecto está alrededor de los 110 SMLMV, se tiene como meta lograr la financiación 100% del fondo emprender del SENA, ya que esta entidad entre sus políticas cita lo siguiente:

¹⁰⁰Fondo. Para financiar iniciativas empresariales [en línea] citado el 16/03/2016 disponible en <http://www.fondoemprender.com/SitePages/ConvDetalleNacional.aspx?ConvCode=47><http://www.fondoemprender.com/SitePages/ConvDetalleNacional.aspx?ConvCode=48>

El Fondo Emprender otorgará recursos hasta el ciento por ciento (100%) del valor del plan de negocio, así :

- Si el plan de negocio genera hasta 3 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ochenta (80) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
- Si el plan de negocio genera hasta 5 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento cincuenta (150) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
- Si el plan de negocio genera 6 o más empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento ochenta (180) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.

El monto a financiar para cada plan de negocio se establece conforme a los salarios mínimos legales mensuales vigentes que rigen a la fecha de la apertura de la convocatoria. El número de empleos a generar se debe establecer de conformidad con el Manual de operación del Fondo Emprender.

5.2. COSTOS Y GASTOS

La estructura de costos y gastos se presenta a continuación

Cuadro 105. Costos y gastos fijos

COSTOS Y GASTOS FIJOS	
CONCEPTO	V/R/MES
Nomina Planta	\$9.713.552
Honorarios Contador	\$500.000
Arriendo	\$1.200.000
Servicios Públicos	\$360.000
Lineas Minutos Corporativos	\$210.000
Depreciación de Activos Fijos	\$590.423
Mantenimiento	\$224.524
Seguros	\$44.905
Insumos Oficina y Buseo	\$697.192
Publicidad Operación	\$1.302.490
Amortización de diferidos	\$190.196
Gastos Financieros (Intereses)	\$1.403.000
TOTAL	\$16.436.282

5.2.1. Costos y gastos fijos.

Se prorratan los costos y gastos para cada servicio según el porcentaje de participación según los ingresos generados por ventas.

En el cuadro presentado a continuación se relaciona el prorrato para el año 1.

Cuadro 106 Participación por Servicio

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	% PARTICIPACIÓN SEGÚN LOS INGRESOS
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	4,9%
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	6,5%
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	5,7%
	Construcción liviana	10M2	14,2%
	Albañileria	10M2	3,6%
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	10,2%
	Electricidad	SERVICIO	15,5%
	Aplicación de Pintura	10M2	25,6%
	Jardineria	SERVICIO	5,7%
	Instalaciones Standart	SERVICIO	8,1%
TOTAL			100,00%

Cuadro 107 Costo fijo Proyectado

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de Pisos	Construcción liviana	Albañilería	Plomería	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardinería	Instalaciones Estandar	TOTAL MES
Participación	4,9%	6,5%	5,7%	14,2%	3,6%	10,2%	15,5%	25,6%	5,7%	8,1%	100,00%
Nomina	\$ 75.964	\$ 31.381	\$ 53.672	\$ 379.324	\$ 49.688	\$ 90.782	\$ 505.601	\$ 2.486.669	\$ 53.672	\$ 786.798	\$ 7.713.552
Honorarios Contador	\$ 24.500	\$ 25.500	\$ 28.500	\$ 71.000	\$ 8.000	\$ 11.000	\$ 77.500	\$ 28.000	\$ 8.500	\$ 10.500	\$ 100.000
Arriendo	\$ 58.800	\$ 8.000	\$ 8.400	\$ 70.400	\$ 3.200	\$ 22.400	\$ 86.000	\$ 707.200	\$ 8.400	\$ 97.200	\$ 1.200.000
Servicios Públicos	\$ 17.640	\$ 3.400	\$ 20.520	\$ 51.120	\$ 2.960	\$ 6.720	\$ 5.800	\$ 92.160	\$ 0.520	\$ 99.160	\$ 160.000
Lineas Minutos Corporativos	\$ 10.290	\$ 3.650	\$ 1.970	\$ 9.820	\$ 7.560	\$ 1.420	\$ 2.550	\$ 3.760	\$ 1.970	\$ 7.010	\$ 10.000
Depreciación de Activos Fijos	\$ 28.931	\$ 8.377	\$ 3.654	\$ 3.840	\$ 1.255	\$ 0.223	\$ 1.516	\$ 51.148	\$ 3.654	\$ 7.824	\$ 90.423
Mantenimiento	\$ 1.002	\$ 4.594	\$ 2.798	\$ 1.882	\$ 8.083	\$ 2.901	\$ 4.801	\$ 7.478	\$ 2.798	\$ 8.186	\$ 24.524
Seguros	\$ 2.200	\$ 2.919	\$ 2.560	\$ 6.377	\$ 1.617	\$ 4.580	\$ 6.960	\$ 1.496	\$ 2.560	\$ 3.637	\$ 4.905
Insumos Oficina y Coseo	\$ 3.162	\$ 5.317	\$ 9.740	\$ 9.001	\$ 5.099	\$ 1.114	\$ 8.065	\$ 78.481	\$ 9.740	\$ 6.473	\$ 97.192
Publicidad Operación	\$ 3.822	\$ 4.662	\$ 4.242	\$ 84.954	\$ 6.890	\$ 32.854	\$ 201.886	\$ 33.437	\$ 4.242	\$ 105.502	\$ 1.302.490
Amortización de Diferidos	\$ 9.320	\$ 2.363	\$ 0.841	\$ 7.008	\$ 6.847	\$ 9.400	\$ 29.480	\$ 8.690	\$ 0.841	\$ 5.406	\$ 90.196
Gastos Financieros (Intereses)	\$ 58.747	\$ 1.195	\$ 9.971	\$ 99.226	\$ 0.508	\$ 43.106	\$ 17.465	\$ 59.168	\$ 9.971	\$ 13.643	\$ 140.000
TOTAL	\$ 305.378	\$ 1.068.358	\$ 936.868	\$ 2.333.952	\$ 91.706	\$ 1.676.501	\$ 2.547.624	\$ 4.207.688	\$ 36.868	\$ 1.331.339	\$ 6.436.282

5.2.2. Costo variable.

Están representados por la mano de obra utilizada en la ejecución de los servicios efectivos. En el cuadro presentado a continuación se relaciona el monto promedio que se pagara por concepto de mano de obra para cada servicio.

Cuadro 108. Costos variables Año 1

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de pisos	Construcción liviana	Albañilería	Plomería	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardinería	Instalaciones Estandar	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Mano de Obra Directa	\$ 8.019.670	\$ 8.995.749	\$ 8.499.769	\$ 8.685.768	\$ 2.199.600	\$ 6.271.515	\$ 9.526.400	\$ 5.716.711	\$ 3.477.760	\$ 7.986.988	\$ 61.379.931	\$ 736.559.173

5.2.3. Costos totales

Cuadro 109. Costos y gastos totales Año 1

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de pisos	Construcción liviana	Albañilería	Plomería	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardinería	Instalaciones Estandar	TOTAL MES	TOTAL AÑO
COTO FIJO	\$ 8.805.378	\$ 1.068.358	\$ 936.868	\$ 2.333.952	\$ 91.706	\$ 1.676.501	\$ 7.547.624	\$ 1.207.688	\$ 936.868	\$ 1.331.339	\$ 16.436.282	\$ 197.235.384
COSTO VARIABLES	\$ 8.019.670	\$ 8.995.749	\$ 8.499.769	\$ 8.685.768	\$ 2.199.600	\$ 6.271.515	\$ 9.526.400	\$ 5.716.711	\$ 3.477.760	\$ 7.986.988	\$ 61.379.931	\$ 736.559.173
COSTO TOTAL	\$ 16.825.048	\$ 10.064.108	\$ 17.436.637	\$ 11.019.720	\$ 2.791.306	\$ 7.948.016	\$ 12.074.024	\$ 6.924.399	\$ 6.954.628	\$ 9.318.327	\$ 77.816.213	\$ 933.794.557

Cuadro 110. Costo unitario servicio carga fija.

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de pisos	Construcción liviana	Albañilería	Plomería	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardinería	Instalaciones Estandar
COSTO TOTAL	\$825.048	\$5.064.108	\$4.436.637	\$1.019.720	\$2.791.306	\$7.948.016	\$2.074.024	\$9.924.399	\$4.414.628	\$6.318.327
CAPACIDAD UTILIZADA MES	4	4	11	35	13	315	416	289	166	251
COSTO TOTAL UNITARIO	\$882.703	\$1.168.640	\$400.298	\$317.114	\$214.716	\$25.218	\$29.024	\$68.982	\$6.528	\$25.214

5.3 PRECIO DE VENTA

Este dado por la suma de la carga fija para cada servicio según el prorrateo y el costo variable promedio según el mercado que cobra un maestro independiente por cada servicio sumándole a este resultado el porcentaje de utilidad proyectado para el presente proyecto (8%).

La formula empleada para el calculo del precio de venta al publico fue la siguiente:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{costo}}{(1 - \text{margen})}$$

Ejemplo:

$$\text{Precio de venta Remodelación de Baño} = \frac{\$882.703}{(1 - 8\%)}$$

$$\text{Precio de venta Remodelación de Baño} = \frac{\$882.703}{(1 - 0.08)}$$

$$\text{Precio de venta Remodelación de Baño} = \frac{\$882.703}{(0,92)}$$

$$\text{Precio de venta Remodelación de Baño} = \$ 959.460$$

Cuadro 111. Calculo Precio de Venta

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de Pisos	Construcción liviana	Albañilería	Plomería	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardinería	Instalaciones Estandar
COSTO TOTAL	\$ 825.048	\$ 1.064.108	\$ 436.637	\$ 1.019.720	\$ 2.791.306	\$ 7.948.016	\$ 2.074.024	\$ 9.924.399	\$ 4.414.628	\$ 6.318.327
CAPACIDAD UTILIZADA MES	4	4	11	35	13	315	416	289	166	251
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 206.262	\$ 266.027	\$ 39.748	\$ 291.349	\$ 215.462	\$ 25.238	\$ 4.985	\$ 34.373	\$ 26.834	\$ 25.132
PRESENTACIÓN	Proyecto (20Mt2) Cerámica (Max)	Proyecto (20Mt2) Cerámica (Max)	Minima (10Mt2)	Minima (10Mt2)	Minima (10Mt2)	Servicio Mn	Servicio Mn	Minima (10Mt2)	Servicio Mn	Servicio Mn
PRECIO DE VENTA	\$ 959.460	\$ 1.270.261	\$ 435.107	\$ 344.689	\$ 233.387	\$ 7.411	\$ 1.548	\$ 74.981	\$ 28.834	\$ 27.407

5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS

Las proyecciones se harán con pesos constantes durante los cinco años de vida útil del proyecto, es decir; su precio expresado en unidades de poder adquisitivo del año cero, de esta forma se hace abstracción del efecto inflacionario en el precio del servicio.

5.4.1 Ingresos proyectados.

Se realiza la proyección de ingresos para el primer año, tomando como parámetros la capacidad utilizada del año 1 y el precio de venta calculado.

Cuadro 112. Proyección de Ingresos año 1

GRUPO	SERVICIO	DIMENSIONES	Servicios Capacidad Utilizada Año 1	PRECIO DE VENTA	INGRESOS AÑO 1
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	52	\$1.59.460	\$8.891.932
	Remodelación de Cocina	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	52	\$1.270.261	\$6.053.578
	Instalación de Pisos ceramica	Servicio Minimo 10 M2	133	\$35.107	\$7.921.394
	Construcción liviana	Servicio Minimo 10 M3	416	\$44.689	\$43.390.789
	Albañileria	Servicio Minimo 10 M4	156	\$33.387	\$6.408.341
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	Servicio Basico	3782	\$7.411	\$3.664.789
	Electricidad	Servicio Basico	4992	\$1.548	\$57.487.266
	Aplicación de Pintura	Servicio Minimo 10M2 a 2 manos	3467	\$4.981	\$59.933.456
	Jardineria	Servicio Basico	1997	\$8.834	\$7.576.338
	Instalaciones Standart	Servicio Basico	3007	\$7.407	\$2.419.232
TOTAL					\$1.014.747.117

Cuadro 113. Ingresos Proyectados 1 a 5 años

GRUPO	SERVICIO	INGRESOS AÑO 1	INGRESOS AÑO 2	INGRESOS AÑO 3	INGRESOS AÑO 4	INGRESOS AÑO 5
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	\$ 9.891.932	\$ 4.881.126	\$ 5.870.319	\$ 4.859.512	\$ 9.848.705
	Remodelación de Cocina	\$ 6.053.578	\$ 2.658.936	\$ 9.264.294	\$ 5.869.652	\$ 2.475.010
	Instalación de Pisos ceramica	\$ 7.921.394	\$ 3.713.534	\$ 9.505.673	\$ 5.297.813	\$ 1.089.952
	Construcción liviana	\$ 43.390.789	\$ 57.729.868	\$ 72.068.947	\$ 86.408.026	\$ 200.747.105
	Albañileria	\$ 6.408.341	\$ 0.049.175	\$ 3.690.009	\$ 7.330.843	\$ 0.971.678
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	\$ 03.664.789	\$ 14.031.268	\$ 124.397.747	\$ 34.764.226	\$ 45.130.704
	Electricidad	\$ 57.487.266	\$ 73.235.992	\$ 88.984.719	\$ 104.733.446	\$ 220.482.172
	Aplicación de Pintura	\$ 59.933.456	\$ 85.926.802	\$ 11.920.148	\$ 37.913.493	\$ 63.906.839
	Jardineria	\$ 7.576.338	\$ 63.333.972	\$ 69.091.606	\$ 74.849.240	\$ 80.606.874
	Instalaciones Standart	\$ 2.419.232	\$ 0.661.155	\$ 98.903.078	\$ 07.145.002	\$ 15.386.925
TOTAL		\$ 1.014.747.117	\$ 1.116.221.829	\$ 1.217.696.540	\$ 1.319.171.252	\$ 1.420.645.964

5.4.2. Egresos.

Se contemplan los costos de prestación del servicio, los gastos de administración y ventas y los intereses pagados por año a la entidad bancaria.

Cuadro 114. Proyección de Egresos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 791.743.762	\$ 865.399.679	\$ 939.055.596	\$ 1.012.711.513	\$ 1.086.367.431
GASTOS DE ADM Y VENTAS	\$ 122.932.440	\$ 122.932.440	\$ 122.932.440	\$ 122.932.440	\$ 122.932.440
GASTOS FINANCIEROS (Intereses)	\$ 16.045.885	\$ 13.984.895	\$ 11.277.300	\$ 7.720.239	\$ 3.047.206
TOTAL	\$ 930.722.087	\$ 1.002.317.014	\$ 1.073.265.336	\$ 1.143.364.193	\$ 1.212.347.077

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de Resultados Projectados a 5 años

Se maneja un porcentaje de impuesto sobre la renta del 25%, impuesto CREE del 9% según la nueva reforma tributaria¹⁰¹.

Cuadro 115. Estado de Resultados PYG

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas	\$1.014.747.117	\$1.116.221.829	\$1.217.696.540	\$1.319.171.252	\$1.420.645.964
(-) Costo de prestación del servicio	\$791.743.762	\$865.399.679	\$939.055.596	\$1.012.711.513	\$1.086.367.431
utilidad Bruta	\$223.003.355	\$250.822.150	\$278.640.944	\$306.459.739	\$334.278.533
(-) Gastos de administración y ventas	\$22.932.440	\$22.932.440	\$22.932.440	\$22.932.440	\$22.932.440
utilidad Operacional	\$200.070.915	\$227.889.710	\$255.708.504	\$283.527.299	\$311.346.093
(-) Gastos financieros	\$6.045.885	\$3.984.895	\$1.277.300	\$7.720.239	\$3.047.206
Utilidad antes de impuesto	\$184.025.030	\$223.904.815	\$254.431.204	\$275.807.060	\$308.298.887
(-) Impuesto a renta (25%)	\$46.006.258	\$55.976.204	\$63.607.801	\$69.451.765	\$77.074.722
(-) Impuesto CREE (9%)	\$16.890.563	\$20.562.858	\$23.249.702	\$25.955.659	\$29.686.725
Utilidad neta	\$121.128.209	\$147.365.753	\$167.573.701	\$180.399.636	\$201.537.440
(-) Reserva legal (10%)	\$12.112.821	\$14.736.575	\$16.757.370	\$18.039.964	\$20.153.744
utilidad de ejercicio	\$109.015.388	\$132.629.178	\$150.816.331	\$162.359.672	\$181.383.696

5.5.2 Flujo de Caja Projectado

El flujo de caja proyectado se hace a precios constantes y representa la entrada de dinero por concepto de prestación de servicios y las salidas de dinero por concepto de costos operativos y gastos de administración y ventas.

¹⁰¹ PROCOLOMBIA. según la nueva reforma tributaria. [en línea] [citado en 2016] disponible en <http://inviertaencolombia.com.co/como-invertir/impuestos>

Cuadro 116. Flujo de caja proyectado

Detalle	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
INGRESOS						
Capital Propio	\$ 2.477.813					
Ventas	\$ 1.000.000	\$ 1.014.747.117	\$ 1.116.221.829	\$ 1.217.696.540	\$ 1.319.171.252	\$ 1.420.645.964
Prestamos de Bancos	\$ 1.000.000					
TOTAL INGRESOS	\$ 3.477.813	\$ 1.014.747.117	\$ 1.116.221.829	\$ 1.217.696.540	\$ 1.319.171.252	\$ 1.420.645.964
EGRESOS						
Maquinaria y Equipo	\$ 3.898.000					
Muebles y Enseres	\$ 255.000					
Equipos de Oficina	\$ 6.965.000					
Herramientas	\$ 767.750					
Total Inversión Fija	\$ 11.825.750					
Inversión Diferida	\$ 1.411.756					
Costos de Prestación	\$ 91.743.762	\$ 965.399.679	\$ 1.039.055.596	\$ 1.101.711.513	\$ 1.186.367.431	
Gastos Administrativos	\$ 22.932.440	\$ 22.932.440	\$ 22.932.440	\$ 22.932.440	\$ 22.932.440	\$ 22.932.440
Gastos Financieros	\$ 6.045.885	\$ 3.984.895	\$ 1.277.300	\$ 720.239	\$ 504.720	\$ 351.206
Pago de Impuestos Rentas	\$ 1.006.258	\$ 847.620	\$ 610.781	\$ 395.176	\$ 251.765	\$ 161.258
Pago de Impuestos CRE	\$ 1.890.563	\$ 2.562.858	\$ 3.249.702	\$ 3.955.659	\$ 4.711.513	\$ 5.484.866
Reserva Legal	\$ 6.112.821	\$ 2.286.575	\$ 810.507.370	\$ 2.789.964	\$ 5.153.744	\$ 7.744.124
TOTAL EGRESOS	\$ 15.297.506	\$ 136.834.908	\$ 1.033.500.409	\$ 1.114.811.768	\$ 1.195.511.659	\$ 1.275.408.244
Saldo Entrada de Saldo	\$ 8.180.307	\$ 7.912.209	\$ 2.721.419	\$ 1.02.884.772	\$ 23.659.593	\$ 45.237.719
(+) Depreciación		\$ 7.084.575	\$ 7.084.575	\$ 7.084.575	\$ 7.084.575	\$ 7.084.575
(+) Amortización Diferidos		\$ 2.282.351	\$ 2.282.351	\$ 2.282.351	\$ 2.282.351	\$ 2.282.351
(+) Reserva Legal		\$ 6.112.821	\$ 2.286.575	\$ 810.507.370	\$ 2.789.964	\$ 5.153.744
(-) Amortización Anual de Crédito		\$ 5.569.220	\$ 6.630.210	\$ 1.133.805	\$ 4.894.866	\$ 9.567.899
Total Saldo Neto	\$ 8.180.307	\$ 8.822.737	\$ 1.744.710	\$ 11.421.263	\$ 30.921.617	\$ 50.190.491
Total Flujo Neto		\$ 8.822.737	\$ 1.744.710	\$ 11.421.263	\$ 30.921.617	\$ 50.190.491
Saldo Inicial		\$ 8.180.307	\$ 25.003.043	\$ 16.747.753	\$ 28.169.017	\$ 59.090.634
SALDO DE CAJA	\$ 8.180.307	\$ 25.003.043	\$ 16.747.753	\$ 28.169.017	\$ 59.090.634	\$ 109.281.124

5.5.3 Balance General inicial y proyectado

Cuadro 117. Balance general Proyectado

DETALLE	AÑO0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ACTIVO						
Activo Corriente						
Caja y Bancos	\$ 8.180.307	\$ 25.003.043	\$ 16.747.753	\$ 28.169.017	\$ 59.090.634	\$ 609.281.124
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 8.180.307	\$ 25.003.043	\$ 16.747.753	\$ 28.169.017	\$ 59.090.634	\$ 609.281.124
Activo Fijo						
Maquinaria y Equipo	\$ 3.898.000	\$ 3.898.000	\$ 3.898.000	\$ 3.898.000	\$ 3.898.000	\$ 3.898.000
Muebles y Enseres	\$ 5.255.000	\$ 5.255.000	\$ 5.255.000	\$ 5.255.000	\$ 5.255.000	\$ 5.255.000
Equipo de Oficina	\$ 6.965.000	\$ 6.965.000	\$ 6.965.000	\$ 6.965.000	\$ 6.965.000	\$ 6.965.000
Herramienta	\$ 767.750	\$ 767.750	\$ 767.750	\$ 767.750	\$ 767.750	\$ 767.750
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 3.885.750	\$ 3.885.750	\$ 3.885.750	\$ 3.885.750	\$ 3.885.750	\$ 3.885.750
(-) Depreciación Acumulada		\$ 6.084.575	\$ 4.169.150	\$ 1.253.725	\$ 8.338.300	\$ 5.422.875
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 3.885.750	\$ 6.801.175	\$ 9.716.600	\$ 2.632.025	\$ 5.547.450	\$ 8.462.875
Diferidos	\$ 1.411.756	\$ 1.411.756	\$ 1.411.756	\$ 1.411.756	\$ 1.411.756	\$ 1.411.756
(-) Amortización Diferida Acumulada		\$ 282.351	\$ 564.702	\$ 847.054	\$ 1.129.405	\$ 1.411.756
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.411.756	\$ 1.129.405	\$ 847.054	\$ 564.702	\$ 282.351	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 103.477.813	\$ 180.933.623	\$ 263.311.407	\$ 365.365.744	\$ 486.920.435	\$ 627.743.999
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Obligaciones a Corto Plazo	\$ 569.220	\$ 630.210	\$ 1.337.805	\$ 4.894.866	\$ 9.567.899	\$ -
Impuesto de Renta por Pagar		\$ 1.006.258	\$ 8.476.204	\$ 6.107.801	\$ 3.951.765	\$ 2.074.722
Impuesto CREE		\$ 890.563	\$ 562.858	\$ 249.702	\$ 1.955.659	\$ 1.686.725
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 569.220	\$ 1.527.031	\$ 2.376.867	\$ 4.252.369	\$ 7.475.323	\$ 6.761.447
Pasivo No Corriente						
Obligaciones a Largo Plazo	\$ 4.430.780	\$ 5.800.570	\$ 4.462.765	\$ 9.567.899	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 4.430.780	\$ 5.800.570	\$ 4.462.765	\$ 9.567.899	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 1.000.000	\$ 7.327.601	\$ 6.839.632	\$ 3.820.268	\$ 7.475.323	\$ 6.761.447
PATRIMONIO						
Capital Socios	\$ 2.477.813	\$ 2.477.813	\$ 2.477.813	\$ 2.477.813	\$ 2.477.813	\$ 2.477.813
Reserva Legal		\$ 112.821	\$ 4.399.396	\$ 4.906.766	\$ 7.696.730	\$ 2.850.474
Utilidad del Ejercicio		\$ 5.015.388	\$ 4.579.178	\$ 4.566.331	\$ 15.109.672	\$ 36.383.696
Utilidad de Ejercicios Anteriores		\$ -	\$ 5.015.388	\$ 29.594.566	\$ 24.160.897	\$ 39.270.570
TOTAL PATRIMONIO	\$ 2.477.813	\$ 103.606.022	\$ 86.471.775	\$ 91.545.476	\$ 19.445.112	\$ 70.982.552
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 103.477.813	\$ 180.933.623	\$ 263.311.407	\$ 365.365.744	\$ 486.920.435	\$ 627.743.999
DIFERENCIA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

6. EVALUACION DEL PROYECTO

Todo proyecto que se genere tiene diversos impactos en su entorno; estos principalmente se dan a nivel social, económico y ambiental, es por esto, que en el estudio de factibilidad se evalúa el alcance que pueda llegar a tener, para de esta manera establecer planes que le permitan garantizar su ejecución, su aporte y el nivel de cobertura que pueda suplir ante la comunidad y la necesidad que se quiere suplir.

6.1 EVALUACION SOCIAL

La evaluación social constituye la verdadera manera de medir la rentabilidad para la sociedad de la realización de un proyecto.

Desarrollo local. La implementación del servicio de mantenimiento y reparaciones locativas en la ciudad de Bucaramanga, tendrá un impacto social altamente positivo, contribuyendo a la mejora en la calidad de vida de sus demandantes. Ofreciendo una solución integral y sirviendo como enlace entre la necesidad y la solución, para todas aquellas personas que por tiempo, o desconocimiento, se les presenta dificultad en la búsqueda de un especialista que le genere confianza y calidad en la ejecución de este tipo de labores presentadas en el Hogar, la oficina o la empresa.

Generación de empleo. Unos de los principales enfoques del presente proyecto consiste en ser una gran oportunidad de empleo para todos aquellos jóvenes SENA que frecuentemente salen técnicos en este tipo de actividades y con el deseo de trabajar de una manera formal y con todas las garantías que la ley les otorga. Al igual ser una empresa que le dé la oportunidad a todos aquellos

especialistas informales con mano de obra de alta calidad de llegar a más hogares y les garantice trabajo constante, para que de esta manera salgan del mundo de la informalidad y empiecen a trabajar de una manera más organizada.

6.2. EVALUACION AMBIENTAL.

El servicio que se piensa ofrecer en el marco de este proyecto genera un impacto ambiental muy mínimo en la sociedad; sin embargo se tienen identificados todos los posibles factores que puedan alterar el medio ambiente, entre los cuales podemos relacionar.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos

Escombros: La disposición de los escombros generados en un trabajo de remodelación, los cuales serán manejados de una manera éticamente responsable sin llegar afectar en algún momento la fauna o la flora de nuestra comunidad.

Agua: Se garantizara el correcto uso de los recursos no renovables como el agua y el manejo inteligente de aquellos elementos químicos generados en el ejercicio de nuestra labor, ajustados siempre a los lineamientos y estándares técnicos propuestos por la norma ISO 14001.

Cuadro 118. Matriz de evaluación. De impacto

IDENTIFICACION				VALORACION						
1	PROCESO/ ACTIVIDAD	LUGAR	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	COMPONENTE AMBIENTAL AFECTADO			SIGNIFICANCIA	NORMATIVIDAD RELACIONADA	CONTROL
					HIDRICO (AGUA)	ATMOSFERIC O (AIRE)	GEOSFERICO (SUELO)			
1	Demolicion de muros, placas etc	Area de remodelacion	Material de residuos solidos generado por demolicion de muros, placas etc	Contaminacion de suelos, contaminacion visual			X	Significativo	DECRETO 400 DE 2004	Programa de manejo de residuos solidos
2	Limpieza de obra	Punto de trabajo, instalacion de los servicios	Consumo de agua	Presion sobre los recursos naturales	X			Muy significativo	Norma ISO 14001, DECRETO 1594 DE 1984	Manejo eficiente uso del agua

6.2.2 Plan de mitigación.

Durante los últimos años las diferentes organizaciones mundiales han aunado esfuerzos por la conservación del medio ambiente; a pesar de esto, el planeta ha sufrido grandes cambios climaticos debido a las malas practicas ambientales de lideres irresponsables; dejando como consecuencia daños irreparables y la perdida de valiosisimas reservas forestales desaparecidas por el mal uso del ser humano.

El presente proyecto tiene como foco, el compromiso con la implementación de acciones coherentes hacia la conservación del medio ambiente mediante la ejecución de prácticas diarias que le permitan garantizar un enfoque permanente hacia el cuidado y conservación del ecosistema en su area de influencia.

Las acciones contempladas se describen a continuación:

- Manejo de canecas reciclables en cada uno de las áreas de la empresa, que permitan separar los residuos.

- El papel utilizado para las impresiones de facturas, cotizaciones y demás sera reciclado, de esta manera la empresa apoya a la conservación de los materiales que son utilizados para la elaboración del mismo, teniendo un impacto positivo en el ecosistema.
- Manejo responsable y profesional de la energía y el agua (plan racional).
- Capacitaciones constantes con el personal para crear conciencia del buen uso del medios ambiente y el impacto positivo que como filosofía se debe tener.
- Mantenimiento periódico de los equipos de oficina, herramienta y maquinaria
- Con el fin de reducir el calentamiento global y contribuyendo al ahorro de energía, se implementara la facturación electrónica y se velara por el uso adecuado de los equipos eléctricos.
- Uso de herramientas profesionales que cumplan con los estándares de calidad y ahorro, para cada labor.
- Uso de productos a base de agua como por ejemplo: desmanchadores, limpiadores, desinfectantes etc, libres de químicos fuertes.
- Manejo responsable de los sobrantes de material de obra en cada proyecto, los materiales o residuos generados como escombros y demás, serán clasificados de acuerdo a los lineamientos y normas ambientales respectivamente. Coordinando con las autoridades competentes una recolección y disposición final adecuada.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto tiene como finalidad demostrar la viabilidad del mismo, de acuerdo a las utilidades obtenidas y resultados calculados con cada uno de los indicadores de inversión.

Comprende el análisis de los beneficios económicos que el proyecto brindará a sus inversionistas y la rentabilidad que generará comparándola con la tasa de interés mínima que se podría encontrar en el mercado financiero.

6.3.1 Valor presente neto

Al evaluar el proyecto es necesario utilizar criterios útiles para juzgar la viabilidad del mismo, entre estos se cuenta con el valor presente neto que reduce todos los ingresos y egresos a un valor único en el inicio del proyecto.

Para el cálculo del VPN se requiere determinar la tasa mínima de retorno, TMAR, que es lo mínimo que un inversionista espera le rinda sus aportes, donde se compara y analiza si le dará más incursionar en el mercado financiero o en el proyecto.

Es lo que espera le rinda su inversión comparada con las tasas o índices ofrecidos en el mercado bancario.

Para la evaluación financiera la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR, tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo.

$$TO = ((1 + TES)(1 + TR)) - 1 * 100$$

Debe existir una relación de:

$$TMAR = ((TO * RP) + (RC * TI * (1 - \%IMP)))$$

TO: Tasa oportunidad calculada

RP: % recursos propios (41,05%)

RC: % recursos del credito (58,95%)

TI: Tasa de interes del credito : 31,5%

%IPM: Porcentaje de impuesto de renta. Efectiva : 25 % – CREE 9%

TES: Títulos de tesorería a 5 años Banco de la Republica

Valores TES :

2016 : 6,62%

2015 : 7,94%

2014 : 6,31%

2013 : 6,29%

2012 : 5,16%

Promedio TES en 5 años : 6,46%

Inflación 2106 : 5,75% Según el departamento administrativo de Estadística DANE.¹⁰²

TR (Tasa de riesgo) : Según indicaciones de director de proyecto se toma como tasa de riesgo el 10%, como rentabilidad adicional exigida.

¹⁰²DANE. Según el departamento. [en línea] [citado en diciembre de 2016] disponible en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

Con esto se puede decir que los inversionistas esperan que sus dineros le generen una rentabilidad a razón del 15,75% por año.

$$TMAR = ((TO * RP) + (RC * TI * (1 - \%IMP)))$$

Para Hallar TMAR se halla primero TO:

$$TO = ((1 + TES)(1 + TR)) - 1 * 100$$

$$TO = ((1 + 0,0646)(1 + 0,1)) - 1 * 100$$

$$TO = ((1,0646)(1,1)) - 1 * 100$$

$$TO = (1,17106) - 1 * 100$$

$$TO = 0,17106 * 100$$

$$TO = 17,106$$

$$\mathbf{TO = 17,106\%}$$

Teniendo el valor de TO, se procede hallar TMAR.

$$TMAR = ((TO * RP) + (RC * TI * (1 - \%IMP)))$$

$$TMAR = ((0,17106 * 0,4105) + (0,5895 * 0,315 * (1 - 0,34)))$$

$$TMAR = ((0,0702) + (0,5895 * 0,315 * (0,66)))$$

$$TMAR = ((0,0719) + (0,1225))$$

$$TMAR = 0,1944$$

$$\mathbf{TMAR = 19,44\%}$$

Según los cálculos realizados se puede decir que la tasa interna de oportunidad o tasa de interés de oportunidad o tasa de descuento, es del 19,44%, deflactada (12,94%) esto quiere decir que es la tasa de interés mínima a la que el inversor, está dispuesto a ganar al invertir en el presente proyecto.

Como se trabaja con pesos constantes se debe deflactar bajo la siguiente fórmula:

$$TMAR\ Deflactada = \left(\frac{1 + TMAR}{1 + Tinf} - 1 \right) * 100$$

$$TMAR\ Deflactada = \left(\frac{1 + 0,1944}{1 + 0,0575} - 1 \right) * 100$$

$$TMAR\ Deflactada = \left(\frac{1,1944}{1,0575} - 1 \right) * 100$$

$$TMAR\ Deflactada = (1,1294 - 1) * 100$$

$$TMAR\ Deflactada = (0,1294) * 100$$

$$TMAR\ Deflactada = 12,94\%$$

El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año base, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas (12,94%) anual sin tener en cuenta la inflación por trabajar pesos constantes en los flujos netos actualizados.

Cuadro 119. Valor presente neto VPN

AÑO	inversion	flujos netos	factor de Actualizacio	Flujos netos Actualizados	VPN
0	\$103.477.813	\$103.477.813)			\$103.477.813)
1		\$6.822.737	0,8854	\$6.872.851	\$6.872.851
2		\$1.744.710	0,7839	\$1.918.678	\$1.918.678
3		\$11.421.263	0,6941	\$7.337.499	\$7.337.499
4		\$30.921.617	0,6146	\$80.464.426	\$80.464.426
5		\$50.190.491	0,5442	\$81.733.665	\$81.733.665
TOTAL		\$71.100.818		\$88.327.119	\$84.849.306

VPN = Fondos Netos Actualizados – Inversión

$$VPN = \sum (EXN) (1+i)^{-t} - K(1+i)^{-t}$$

$$VPN = \$388.327.119 - \$103.477.813$$

$$VPN = \$284.849.306$$

El VPN de \$284.849.306, al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha.

Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR.

Indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades; en otras palabras es la tasa porcentual, en la cual la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados con esa tasa, hacen el Valor Presente Neto VPN igual a cero (0).

Formula:

$$T.I.R. = \sum (FNE) (1+r)^{-t} - k (1+r)^{-t}$$

r = Tasa Interna de Retorno

F.N.E = Flujos netos de efectivo

K = Inversión

t = Período de años 1, 2, 3, 4, 5.

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los flujos netos de efectivo actualizados sean aproximadamente igual a la inversión total de \$103.477.813, es del 90%.

La tasa del 90%, comparada con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 12,94% y de los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

Cuadro 120. Tasa Interna de Retorno TIR

Año	Inversion	Flujos Netos	Factor de Actualización	Flujos Netos Actualizados	Comprobación
0	\$103.477.813	(\$103.477.813)			\$103.477.813
1		\$6.822.737	0,5348	\$3.642.271	\$3.642.271
2		\$1.744.710	0,285967571	\$496.236.012	\$496.236.012
3		\$1.421.263	0,152923835	\$217.038.967	\$217.038.967
4		\$30.921.617	0,081777452	\$2.520.706.436	\$2.520.706.436
5		\$50.190.491	0,043731258	\$2.176.568.019	\$2.176.568.019
Total				\$6.978.705	\$3.500.893
TIR		90%			

Para mayor claridad la TIR, sin inflación sería de 84,25%, donde esta continúa creciendo siendo mayor a la tasa de oportunidad de 12,94%.

6.3.3. Período de recuperación.

Es el tiempo promedio estipulado donde los flujos netos efectivos actualizados cubren el monto total de la inversión, siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto se den.

El periodo de tiempo donde la inversión total de \$ 103.477.813, se recupera es de aproximadamente 1 año, 4 meses y 12,9 días, siempre y cuando se reinviertan los excedentes netos año tras año.

Basados en el flujo del año 2 se realiza el siguiente calculo:

12 meses → \$ 71.918.678

X → \$ 26.604.962

X → 4,43 meses

1 mes → 30 dias

0,43 mes → 12,9 dias

Periodo de recuperación = 1 año 4 meses 12,9 dias

Cuadro 121. Periodo de recuperación

AÑO	Inversion	flujos netos Actualizados	Saldos
0	\$ 103.477.813		-\$ 103.477.813
1		\$ 76.872.851	-\$ 26.604.962
2		\$ 71.918.678	\$ 45.313.717

6.3.4. Análisis de las Razones Financieras. Los bloques de razones financieras que se tomaran como base para el análisis son las siguientes:

- Razon liquidez
- Nivel de endeudamiento
- Razones de actividad
- Razones de rentabilidad

6.3.4.1 Razon de liquidez.

- Razon corriente: Para el primer año de operaciones la empresa cuenta con \$3,96 como respaldo a cada peso que la empresa deba a corto plazo; esto

demuestra el buen nivel de liquidez con el que se inicia manteniéndose durante los 5 años de proyección, alcanzando en el quinto año un \$10.73 de respaldo por cada peso adeudado.

Cuadro 122. Razón corriente

Razón	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Activo Corriente	\$125.003.043	\$3,96	\$216.747.753	\$5,11	\$328.169.017	\$76,05	\$459.090.634	\$76,80	\$609.281.124	\$10,73
Pasivo Corriente	\$11.527.031		\$22.376.867		\$44.252.369		\$77.475.323		\$116.761.447	

6.3.4.2 Razon Nivel de endeudamiento. Al finalizar el primer ejercicio contable, la razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos esta debiendo \$0,427.

Cuadro 123. Nivel de endeudamiento

Razón	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Total Pasivos	\$117.327.601	\$0,427	\$116.839.632	\$0,292	\$113.820.268	\$0,202	\$117.475.323	\$0,139	\$116.761.447	\$0,090
Total Activos	\$118.933.623		\$263.311.407		\$365.365.744		\$486.920.435		\$627.743.999	

6.3.4.3 Razon de actividad

- Rotación de los activos totales: Para la empresa la rotación de activos para el año 1 fue de \$5,608 veces; otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$0,05; en los años siguientes, ésta va bajando, por el efecto de la depreciación de los activos, alcanzando al quinto año una eficiencia de 2,263 veces.

Cuadro 124. Rotación de activos totales

Rotación	Razón	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Activos Totales	Ingresos por Ventas	\$1.014.747.117	\$5,608	\$1.116.221.829	\$4,239	\$1.217.696.540	\$3,333	\$1.319.171.252	\$2,709	\$1.420.645.964	\$2,263
	Total Activos	\$180.933.623		\$263.311.407		\$365.365.744		\$486.920.435		\$627.743.999	

6.3.4.3 Razones de rentabilidad. La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital. Para medir la rentabilidad se analizaron las siguientes razones:

- Margen bruto de ganancia: Para el primer año el margen bruto de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa vende se genera una utilidad bruta del 21,98%, lo cual es conveniente, en el transcurso de los próximos años de vida útil del proyecto se mantiene, lo que demuestra su eficiencia y estabilidad en sus costos, dando como resultado al quinto año una utilidad marginal del 23,53%.

Cuadro 125. Margen bruto de ganancia

Margen	Razón	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Margen Bruto de Ganancia	Utilidad Marginal	\$23.003.355	21,98%	\$50.822.150	22,47%	\$78.640.944	22,88%	\$106.459.739	23,23%	\$134.278.533	23,53%
	Ingresos Totales	\$1.014.747.117		\$1.116.221.829		\$1.217.696.540		\$1.319.171.252		\$1.420.645.964	

- El margen de utilidad operativa: Mide el porcentaje de cada peso de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos antes del pago de impuestos. Representa la utilidad pura, es decir que por cada peso que la empresa lo destina para la comercialización y venta, obtiene un margen del \$0,099 en el primer año, incrementándose año a año hasta obtener un nivel del 14,9% en el quinto año.

Cuadro 126. Margen de Utilidad operativa

Margen de Utilidad Operativa	Razon	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Utilidad Operativa		\$ 00.070.915	0,099	\$ 27.889.710	0,115	\$ 55.708.504	\$ 0,13	\$ 83.527.299	0,139	\$ 11.346.093
Ingresos Totales		\$ 1.014.747.117	\$ 1.116.221.829		\$ 1.217.696.540		\$ 1.319.171.252		\$ 1.420.645.964		

- Margen Neto: Muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas e impuestos. Para el primer año la utilidad neta es del 6% lo que demuestra que por cada peso vendido la empresa ganó \$0,06 pesos, como se observa en los próximos años, ésta va incrementándose, demostrando su eficiencia en costos, gastos y en ventas, alcanzando al quinto año un margen neto de 10,7%.

Cuadro 127. Utilidad margen Neta.

Margen de Utilidad Operativa	Razon	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Utilidad Neta		\$ 1.128.209	0,060	\$ 2.865.753	0,074	\$ 5.073.701	\$ 0,09	\$ 27.899.636	0,097	\$ 51.537.440
Ingresos Totales		\$ 1.014.747.117	\$ 1.116.221.829		\$ 1.217.696.540		\$ 1.319.171.252		\$ 1.420.645.964		

6.5 Punto de Equilibrio

Es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número de unidades mínimo a vender para que la empresa cubra sus costos y gastos.

Teniendo en cuenta que son varios servicios a prestar calculamos un punto de equilibrio multiservicio.

Cuadro 128. Distribución de unidades vendidas

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	CANTIDAD	% DE SERVICIOS PRESTADO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	52	22%
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	52	18%
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	Servicio Minimo 10 M2	133	11%
	Construcción liviana	10M2	Servicio Minimo 10 M2	416	7%
	Albañileria	10M2	Servicio Minimo 10 M2	156	2%
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	3782	10%
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	4992	5%
	Aplicación de Pintura	10M2	Servicio Minimo 10M2 a 2 manos	3467	12%
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	1997	6%
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	3007	7%

Cuadro. 129. Margen de Contribución

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de pisos	Construcción liviana	Albañileria	Plomeria	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardineria	Instalaciones Estandar
Precio de Venta	\$ 59.460	\$ 70.261	\$ 35.107	\$ 44.689	\$ 33.387	\$ 7.411	\$ 1.548	\$ 4.981	\$ 8.834	\$ 27.407
Costo variable Unitario	\$ 54.918	\$ 98.937	\$ 18.161	\$ 55.464	\$ 69.200	\$ 9.910	\$ 2.900	\$ 5.572	\$ 0.950	\$ 19.948
Margen de Contribución	\$ 4.543	\$ 71.324	\$ 16.946	\$ 89.226	\$ 64.187	\$ 7.502	\$ 8.648	\$ 0.409	\$ 7.884	\$ 7.459

Cuadro 130. Margen de contribucion ponderado

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	MARGEN DE CONTRIBUCION	% DE VENTAS	MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	\$ 204.543	22%	\$ 44.790
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	\$ 71.324	18%	\$ 50.154
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	Servicio Minimo 10 M2	\$ 16.946	11%	\$ 12.305
	Construcción liviana	10M2	Servicio Minimo 10 M2	\$ 89.226	7%	\$ 6.090
	Albañileria	10M2	Servicio Minimo 10 M2	\$ 64.187	2%	\$ 1.278
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	\$ 7.502	10%	\$ 725
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	\$ 8.648	5%	\$ 443
	Aplicación de Pintura	10M2	Servicio Minimo 10M2 a 2 manos	\$ 20.409	12%	\$ 2.438
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	\$ 7.884	6%	\$ 493
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	\$ 7.459	7%	\$ 552

Cuadro 131. Punto de equilibrio en unidades

CONCEPTO	PUNTO DE EQUILIBRIO
COSTOS FIJOS	\$ 16.436.282
MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADA	\$ 119.268
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	138

Cuadro 132. Distribución de unidades en punto de equilibrio

GRUPO	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIONES	PUNTO DE EQUILIBRIO	PORCENTAJE UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES DE EQUILIBRIO
REMODELACIONES	Remodelación de Baño	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	138	22%	30
	Remodelación de Cocina	PROYECTO	Proyecto (20m2 maximo de ceramica entre piso y pared)	138	18%	25
	Instalación de Pisos ceramica	10M2	Servicio Minimo 10 M2	138	11%	15
	Construcción liviana	10M2	Servicio Minimo 10 M2	138	7%	9
	Albañileria	10M2	Servicio Minimo 10 M2	138	2%	3
MANTENIMIENTO LOCATIVO	Plomeria	SERVICIO	Servicio Basico	138	10%	13
	Electricidad	SERVICIO	Servicio Basico	138	5%	7
	Aplicación de Pintura	10M2	Servicio Minimo 10M2 a 2 manos	138	12%	16
	Jardineria	SERVICIO	Servicio Basico	138	6%	9
	Instalaciones Standart	SERVICIO	Servicio Basico	138	7%	10
TOTAL					100%	138

Cuadro 133. Comprobación punto de equilibrio

CONCEPTO	Remodelación de Baño	Remodelación de Cocina	Remodelación de pisos	Construcción liviana	Albañileria	Plomeria	Electricidad	Aplicación de Pintura	Jardineria	Instalaciones Estandar	TOTAL
VENTAS	\$ 8.953.762	\$ 2.358.893	\$ 6.309.351	\$ 242.100	\$ 40.268	\$ 65.256	\$ 22.552	\$ 234.203	\$ 48.610	\$ 79.269	\$ 13.854.265
COSTOS VARIABLES	\$ 2.781.251	\$ 5.447.135	\$ 6.613.555	\$ 402.857	\$ 64.179	\$ 65.294	\$ 61.546	\$ 98.268	\$ 80.635	\$ 103.263	\$ 7.417.983
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 6.172.512	\$ 6.911.758	\$ 6.695.796	\$ 39.244	\$ 76.089	\$ 9.961	\$ 61.006	\$ 135.936	\$ 67.976	\$ 66.006	\$ 6.436.282
COSTOS FIJOS											\$ 6.436.282
UTILIDAD EN PUNTO DE EQUILIBRIO											0

7. CONCLUSIONES

La ciudad de Bucaramanga en los últimos años a empezado a vivir tiempos de renovación urbana y un alto crecimiento en el sector de la construcción en los estratos 3,4,5 y 6; debido a esta tendencia se dispara la demanda en un nicho de mercado identificado y conformado por aquellas personas que por tiempo, incapacidad, desconocimiento y falta de asesoría, se les presenta una gran dificultad a la hora de encontrar un ofertante que les genere confianza, respaldo, acompañamiento y un servicio integral en la ejecución de todo tipo de actividades de mantenimiento, reparación, adecuación, instalación y remodelación para el hogar.

La investigación realizada posee los estudios correspondientes de mercados, técnico, administrativo, financiero, evaluación social, ambiental y financiero, para lo cual se obtuvo los siguientes resultados.

Se cuenta con un mercado objetivo compuesto por 98.546 hogares, distribuidos en los estratos 3,4,5 y 6 de la ciudad.

El estudio de mercados realizado indica que en promedio un 88% de estos hogares en algún momento a solicitado de estos servicios; y un 81% de ellos estaría interesado en hacerlo. La investigación muestra que en promedio cada 83 meses un hogar solicita los servicios realcionados al grupo de remodelaciones y cada 15,36 meses un servicio del grupo de mantenimiento.

El 38% de los Hogares al momento de necesitar este tipo de servicios considera contratar con una empresa, encontrando como principal factor de decisión, con un 28,27% el respaldo y garantía que le puedan ofrecer.

De esta forma se calcula que en promedio la demanda actual anual para este

proyecto es de 2200 servicios de remodelación de baño, 1412 de remodelación de cocina, 86.660 Mt2 de instalación de cerámica, 127,280 Mt2 de Instalación de Drywal, 15.560 mt2 de Albañilería, 6759 servicios básicos de plomería, 2132 servicios básicos de electricidad residencial, 318.420 mt2 de aplicación de pintura, 5743 servicios básicos de jardinería, 6206 servicios de instalación Standart.

Para lo cual se contara con una capacidad utilizada de disponibilidad en mano de obra del 50% de la capacidad instalada, compuesta por 10 especialistas laborando turnos de 8 horas, 6 días a la semana, 52 semanas al año, logrando de esta forma una cobertura aproximada del 22,77% de la demanda efectiva.

Remodelando / Soluciones será una empresa constituida legalmente bajo el formato de Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S). Justificando esta decisión primero por el tipo de modelo de negocio que se quiere implementar y segundo en aprovechamiento de las diversas ventajas y beneficios dados por este tipo de asociación empresarial la cual permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto, brindando las ventajas de las sociedades anónimas y al mismo tiempo permitiendo diseñar los mecanismos de gobernabilidad a la medida de las necesidades propias.

Con la ejecución de este proyecto se garantiza durante el primer año la generación de 5 puestos de trabajo directos y 11 indirectos 1 por OPS y 10 contratados por Obra o labor pactada.

Los tipos de población que se beneficiaran con este proyecto son:

98.546 Hogares residentes en los estratos 3, 4, 5, y 6 de la ciudad de B/manga Jóvenes recién graduados egresados del SENA especialistas en labores asociadas al proyecto, quienes tendrán la oportunidad de iniciar su experiencia laboral. Jóvenes cabeza de hogar vinculados al gremio de la construcción que

deseen salir de la informalidad y pertenecer a una empresa que le brinde garantías laborales para el y toda su familia.

Las oficinas de la empresa quedaran ubicadas en una casa de 60mt² ubicada en la calle 61 con carrera 17, sector denominado la “gran manzana de la construcción” en la ciudad de Bucaramanga.

El capital necesario para la puesta en marcha del presente proyecto es de \$ 103.477.813, dando como resultado un VPN de \$ 284.849.306, una TIR del 90% y un periodo de recuperación del capital de 1 año 4 meses y 12,9 dias aproximadamente. Trabajando con una TMAR deflactada del 12,94%, y una tasa de riesgo del 10%, comprobando con estos datos su viabilidad, factibilidad y rentabilidad.

Realizados todos los estudios pertinentes, de mercados, técnico, administrativo, legal, financiero, y sus respectivas evaluaciones , social ambiental y financieras, se concluye que el proyecto “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS INTEGRALES DE REMODELACIÓN Y MANTENIMIENTO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA” es viable, factible y rentable para su futura implementación.

8. RECOMENDACIONES

La ejecución del proyecto está condicionada a la disponibilidad que tenga la persona que se pondrá al frente de la empresa, ya que es una actividad que demanda tiempo, seguimiento y tiempos de respuesta reducidos.

Por otro lado se puede decir que la viabilidad del proyecto está condicionada a la demanda del servicio por parte de su mercado objetivo; por lo tanto se hace especial énfasis en la planeación de una excelente campaña de lanzamiento, utilizando de la manera más óptima y adecuada los diferentes medios de publicidad masiva, que permitan dar a conocer el servicio, posicionarlo en el mercado y en la mente de los consumidores cambiando de esta manera con los esquemas tradicionales de contratación.

Se recomienda especial atención y cuidado al momento de la contratación de los técnicos que estarán encargados de estar de cara al cliente y prestarles los servicios requeridos ya que deben ser personas completamente profesionales en sus labores, con principios éticos y con un buen servicio al cliente pues de ellos depende en gran porcentaje el éxito de la propuesta.

De igual forma en su implementación se evidencia una gran oportunidad para contribuir con el desarrollo y crecimiento de la región, disminuyendo la brecha del desempleo, generando puestos de trabajo estables, en línea con los intereses del gobierno nacional.

BIBLIOGRAFIA

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. Bucaramanga: la ciudad de los Parques fue fundada el 22 de Diciembre de 1622 [en línea] [citado 20 agosto 2014] disponible en internet:<<http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=8>>

BASTILLA DUEÑAS, María. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de mantenimiento y reparación locativa para los hogares de estrato 3,4,5 y 6 de Bucaramanga, Biblioteca Universidad Industrial de Santander. Enero de 2010.

BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL ARANGO. Museos y colecciones del Banco de la República Sectores económicos. [En línea] [Citado 22 de diciembre de 2015] Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/eco-no53.htm>

BLOGIA. La primera remodelación citado en 16/02/2010 [en línea] disponible en <http://sdelbiombo.blogia.com/2010/021601-la-primera-ciudad-de-la-historia.-catal-huyuk.php>.

BUCARAMANGA.GOV. .Datos Generales [en línea] [citado 22 de noviembre de 2015] Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>
BUCARAMANGA.GOV. Datos Generales. [En línea] [Citado 23 de diciembre de 2015] Disponible en:

BUY COLOMBIA. La tendencia. [En línea] [Citado 26 julio 2011] Disponible en <http://blog.buycolombiarealty.com/2011/07/situacion-mercado-inmobiliario-en.html>

BUY COLOMBIA. La tendencia. [En línea] [Citado 26 julio 2011] Disponible en <http://blog.buycolombiarealty.com/2011/07/situacion-mercado-inmobiliario-en.html>

BUY COLOMBIA. La tendencia. [En línea] [Citado 26 julio 2011] Disponible en <http://blog.buycolombiarealty.com/2011/07/situacion-mercado-inmobiliario-en.html>

CAMACOL la proyección se realiza [en línea] citado mayo de 2016 disponible en http://camacol.co/sites/default/files/secciones_internas/Informe%20econ%C3%B3mico%2078_0.pdf

CAMARA DE COMERCIO. BUCARAMANGA. Empresas en Bucaramanga. [En línea] [Citado marzo de 2016] disponible en http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad-/2016/pymes_grandes.pdf

CAMARA DE COMERCIO. BUCARAMANGA. Empresas en Bucaramanga. [En línea] [Citado marzo de 2016] disponible en http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad-/2016/pymes_grandes.pdf

CAMARA DIRECTA. Para su registro. [En línea] [Citado, reservado 2017] Disponible en <https://www.camaradirecta.com/secciones-emprendedor-99-s/crear-empresa.htm>

CANAL TRO. Canal regional del oriente [en línea] citado 2016 disponible en http://www.canaltro.com/images/descargas/SERVICIOS/ANUNCIANTES/TARIFAS/TARIFAS_PUBLICITARIAS_CANAL_TRO_2016.pdf

CARACOL RADIO. [En línea] disponible en <http://www.wradio.com.co/dmz/mediaKit/>

CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal. [En línea] [Citado 06 de enero de 2016] disponible en: <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal. [En línea] [Citado 06 de enero de 2016] disponible en: <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal. [En línea] [Citado 06 de enero de

CENTENO Q María Camila. .La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino, octubre 30 de 2013. Vanguardia Liberal. [En línea] [Citado 06 de enero de 2016] disponible en: <http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>.

CENTRO DE ATENCION EMPRESARIAL CAE. Sin trámites. [En línea]. Disponible en <http://www.sintramites.com/sintramites/General/Tipo-DeEmpresa.aspx>

Como está distribuida Bucaramanga en cifras [en línea] [citado 20 septiembre 2014] disponible en internet:<<http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/infografia-170668-como-esta-distribuida-en-cifras-bucaramanga>>

CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 810 de 2003. (Junio 13). Por medio de la cual se modifica la Ley 388 de 1997 en materia de sanciones urbanísticas y algunas actuaciones de los curadores urbanos y se dictan otras disposiciones. [En línea] [Citado 15 de febrero de 2016] disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8610>.

CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014 de 2006(enero 26) La presente ley tiene por objeto. [En línea] [Citado Diario Oficial 46164 de enero 27 de 2006] disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>.

CONGRESO DE LA REPUBLICA. LEY 24.467 - ley de pequeñas y medianas empresas. Art. 1º La presente ley tiene por objeto promover el crecimiento y desarrollo [en línea] citado Diario Oficial 46164 de enero 27 de 2006] disponible en: <http://www.econ.uba.ar/servicios/cepymece/24467.htm>.

CONGRESO DE LA REPUBLICA. Según el artículo 5 de la ley 1258 de 2008. [En línea]. Citado el 30 de diciembre de 2016. Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

CONSTRUCTOR. Materiales. [En línea] disponible en <http://www.constructor.com.co/>

COOMEVA. Remodelar su inmueble: La mejor forma de valorizar su inversión [en línea] [citado 20 septiembre 2014] disponible en internet:<<http://revista.coomeva.com.co/remodelar-su-inmueble-la-mejor-forma-de-valorizar-su-inversión/>>

DANE. Economía. “Empleo informal en Colombia recupera fuerza 28 de julio 2016 [en línea] [citado julio 11 de 2016] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>

DANE. Economía. “Empleo informal en Colombia recupera fuerza 28 de julio 2016 [en línea] [citado julio 11 de 2016] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>

DANE. Economía. “Empleo informal en Colombia recupera fuerza 28 de julio 2016 [en línea] [citado julio 11 de 2016] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>

DANE. Informe Censo general 2005 [documento consecutivo en línea] [citado 10 octubre 2014] disponible en internet:<<https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/bucaramanga.pdf>>

DECONCEPTOS. El control de calidad [en línea] disponible en <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/control-de-calidad>

DEFINICIÓN. Definición de Remodelación. [En línea] [Citado 15 de noviembre de 2015] Disponible en: <http://definicion.de/remodelacion/#ixzz43vzxaIqF>

EAD UIS. Evaluación y formulación de Proyectos [en línea] [citado 12 Noviembre 2014] disponible en internet:<<http://ead.uis.edu.co/aprendizajeenlinea/mod/resource/view.php?id=47906>>

EL TIEMPO. Las cifras del sector constructor [en línea] [citado 1 enero 2017] Disponible

ERENCIE. Por medio de la cual se adopta ley 1819 de 2016 [en línea] [citado el 3

de enero de 2017] disponible en <http://www.gerencie.com/como-quedaron-los-aportes-parafiscales-con-la-ley-la-ley-1819-de-2016.html>

ESTRADA, Ana María. Jefe de servicios de mercadeo de Corona Colceramica “Durante los últimos 10 años” [en línea] [citado julio 15 2016] disponible en BANREP. Datos Generales: Lectura finanzas Santander [documento consecutivo en línea] [citado 10 septiembre 2014] disponible en internet: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/icer_santander_2012.pdf

EUMED. Métodos de investigación [en línea] [citado 20 octubre 2014] disponible en internet: <<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.2.htm>>

FOLLETOMANIA. Espacio locos folletos. [En línea]. Citado 2017-01-13T08. disponible en <https://www.folletomania.co/catalogos-homecenter>
Fondo. Para financiar iniciativas empresariales [en línea] citado el 16/03/2016 disponible en <http://www.fondoemprender.com/SitePages/ConvDetalleNacional.aspx?ConvCode=47>

GOOGLE Servicio de Albañilería. [En línea] [Citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=albañileria&biw=1242&bih=585&source>

GOOGLE Construcción Liviana en terminación [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=construccion+liviana>.

GOOGLE Remodelación de Piso en cerámica [en línea] [citado 10 de febrero de 2016] Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+porcelanato&biw>.

GOOGLE Remodelación de Pisos en porcelanato. [En línea] [Citado 10 de febrero de 2016] Disponible en:

[https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados&biw)

GOOGLE Remodelación de Pisos Laminado. [En línea] [Citado 10 de febrero de 2016] Disponible en:

[https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+pisos+laminados&biw).

GOOGLE Servicio de Plomería. [En línea] [Citado 10 de febrero de 2016]

Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=plomeria &biw=1242&bih](https://www.google.com.co/search?q=plomeria&biw=1242&bih)

GOOGLE. Remodelación de Baño [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]

Disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=remodelacion+de+baños&biw>.

GOOGLE. Remodelación de Cocina [en línea] [citado 10 de febrero de 2016]

Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=remodelación+ de+cocinas &biw](https://www.google.com.co/search?q=remodelación+de+cocinas&biw).

GOOGLE. Servicio de Electricidad. [En línea] [Citado 10 de febrero de 2016]

Disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=electricidad &biw=1242&bih](https://www.google.com.co/search?q=electricidad&biw=1242&bih)

GOOGLE. Servicio de instalaciones Standard. [En línea] [Citado 10 de febrero de

<http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>

ICER. Informe de Coyuntura Económica Regional. Departamento de Santander.

2012. [en línea] [citado 23 de diciembre de 2015] Disponible en:

http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/icer_santander_2012.pdf

ICER. Informe de Coyuntura Económica Regional. Departamento de Santander.

2012. [en línea] [citado 23 de diciembre de 2015] Disponible en:

http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/icer_santander_2012.pdf

INDUSTRIA Y COMERCIO. Solicitud de registro de marca de productos o servicios por una clase. Bogotá. Jun 26, 2016 [en línea] <http://www.sic.gov.co/drupal/tasas-2014-signos-distintivos>. <http://mprende.co/>

ISO 14001. La norma ISO. [En línea] disponible en <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s08.htm>

LCE. Historia del sector de la construcción en Colombia: 1972-2012. [En línea] [Citado 20 de diciembre de 2015] Disponible en: <http://www.leanconstructionenterprise.com/documentacion/historia-del-sector>

LCE. Historia del sector de la construcción en Colombia: 1972-2012. [En línea] [Citado 20 de diciembre de 2015] Disponible en: <http://www.leanconstructionenterprise.com/documentacion/historia-del-sector>

LEXICOON. Remodelar [en línea] – edición 3.8 (febrero 2016) disponible en <http://lexicoon.org/es/remodelar>

LICENCIAS CURADURÍA. Reparaciones Locativas. Bogotá D.C., Colombia. 2012. [en línea] [citado 22 de enero de 2016] Disponible en: http://licenciascuraduria.com/1_15_Reparaciones-Locativas.html.

Localización geográfica Santander [en línea]. Citado 2017. Disponible en https://www.google.com.co/search?q=mapa+bucaramanga&biw=1280&bih=602&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwixpKTeyNTQAhWEPiYKHfa4BuoQ_AUIBygC#imgsrc=IIBi_5rTaxeyuM%3A

MINTRABAJO. Firmas contratistas de la construcción se comprometen con el Ministerio del trabajo a formalizar trabajadores [en línea] [citado 20 agosto 2014] disponible en internet:<<http://www.mintrabajo.gov.co/junio-2012/604-firmas->

contratistas-de-la-construccion-se-comprometen-con-el-ministerio-del-trabajo-a-formalizar-trabajadores.html>

NORMA OHSAS. Sistema de gestión y seguridad. [En línea] citado año 2016 disponible en <http://www.bsigroup.com/es-ES/Seguridad-y-Salud-en-el-Trabajo-OHSAS-18001/>

NORMAS ISO. La norma técnica [en línea] disponible en <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>
<http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>

Objetivos específicos: se debe formular uno por cada estudio que conforma el proyecto [en línea] [citado 26 agosto 2014] disponible en internet:<http://ead.uis.edu.co/aprendizajeenlinea/mod/resource/view.php?id=47906>

PERIODICO EL TIEMPO. Economía “Comportamiento del sector servicios en el año 2015” [en línea] [citado el 11 de Marzo de 2016] Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/crecimiento-economico-en-colombia-2015-por-sectores/16533751>

PERIODICO EL TIEMPO. Economía “Comportamiento del sector servicios en el año 2015” [en línea] [citado el 11 de Marzo de 2016] Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/crecimiento-economico-en-colombia-2015-por-sectores/16533751>

PIXELTECA. Con la revolución francesa y la revolución industrial [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

PIXELTECA. En el mundo islámico sin embargo las ciudades siguieron manteniendo un gran impulso [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

PIXELTECA. En Europa, concluidos los siglos más turbulentos de la Edad Media, hacia el siglo XIV [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

PIXELTECA. La ciudad moderna es resultado de las poderosas [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

PIXELTECA. Tanto en América central como en América del sur, se desarrollaron civilizaciones [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

PIXELTECA. Tras la caída del imperio romano, hacia el siglo V [en línea] Disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

Plan de trabajo [en línea] [citado 20 octubre 2014] disponible en internet:<<http://ead.uis.edu.co/aprendizajeenlinea/mod/resource/view.php?id=47906>

PORTAFOLIO. La empresa se dedica a brindar a reparaciones y renovaciones con servicios de albañilería, pintura, plomería y electricidad para hogares y empresas [en línea] [citado 26 agosto 2014] disponible en internet:<<http://www.portafolio.co/negocios/doctor-solucion-colombia>>

PORTAFOLIO.CO La empresa se dedica a brindar a reparaciones y renovaciones con servicios de albañilería, pintura, plomería y electricidad para hogares y empresas. Julio 01 de 2013. [En línea] [Citado 22 de diciembre de 2016] Disponible en. <http://www.portafolio.co/negocios/doctor-solucion-colombia>.

PORTAFOLIO.CO La empresa se dedica a brindar a reparaciones y renovaciones con servicios de albañilería, pintura, plomería y electricidad para hogares y

empresas. Julio 01 de 2013. [En línea] [Citado 22 de diciembre de 2016]
Disponible en. <http://www.portafolio.co/negocios/doctor-solucion-colombia>

Reforma Tributaria. Mediante la Ley 1607 de 2012 y su Decreto Reglamentario 1828 de 2013 [en línea] [citado el 26 de Diciembre de 2012] disponible en <http://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/decretos/2013.html>

REMODELAR EXPRES. En España se encuentran estas influencias citado 29/09/2016[en línea] disponible en <http://remodelarexpres.com/catal-huyuk-y-la-primera-remodelacion/>

REVISTA DINERO. Economía. “La informalidad en Colombia recupera fuerza 26 de agosto 2015 [en línea] [citado noviembre 10 de 2015] Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/informalidad-colombia-2015/212697>

REVISTA DINERO. Economía. “La informalidad en Colombia recupera fuerza 26 de agosto 2015 [en línea] [citado noviembre 10 de 2015] Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/informalidad-colombia-2015/212697>

REVISTA DINERO. Economía. “La informalidad en Colombia recupera fuerza 26 de agosto 2015 [en línea] [citado noviembre 10 de 2015] Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/informalidad-colombia-2015/212697>

REVISTA VIVIENDA. Comunidad de maestros. [En línea]. Citado enero de 2017. Disponible en <http://www.revistavivienda.com.ar/actualidad/calendario/feria-de-capacitacion-profesional-de-sodimac>

SECONTRATA. Remodelación en Bucaramanga [en línea] [citado 10 septiembre 2014] disponible en internet:<<http://www.secontrata.com/servicios-categoria-ciudad/85/336/remodelacion/bucaramanga/colombia>

Sistema Único de información de servicios públicos (SUI) Electrificadora de Santander S.A E.S.P.

SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS [en línea] [citado 25 de febrero de 2016] Disponible en: http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=ele_com_096

SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS [en línea] [citado 25 de febrero de 2016] Disponible en: http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=ele_com_096

UNAD. Rendimiento mano de obra [en línea] disponible en http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102802/102802/leccin_9__rendimientos_d_e_mano_de_obra_en_la_construccin.html

URBANISMO. Debido a la tendencia disponible en <http://www.pixelteca.com/taberna/historiagafica/urbanismo.html>

Vanguardia Liberal. Como está distribuida en cifras Bucaramanga. Agosto 22 de 2012. [En línea] [Citado 10 de enero de 2016] Disponible en: <http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/infografia-170668-como-esta-distribuida-en-cifras-bucaramanga>

VANGUARDIA LIBERAL. En el primer trimestre del año 2016 las cifras del sector constructor presentaron una tendencia totalmente opuesta. [En línea][Citado miércoles 18 de mayo de 2016]Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/358822-licencias-de-construccion-en-santander-siguen-en-numeros-rojos>

VANGUARDIA LIBERAL. En el primer trimestre del año 2016 las cifras del sector constructor presentaron una tendencia totalmente opuesta. [En línea][Citado miércoles 18 de mayo de 2016]Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/358822-licencias-de-construccion-en-santander-siguen-en-numeros-rojos>

VANGUARDIA LIBERAL. La construcción en Bucaramanga y su Área Metropolitana va por un buen camino [en línea] [citado 15 septiembre 2014] disponible en internet:<<http://www.vanguardia.com/informe-construccion/crecimiento/3615-2013-ano-de-estabilidad-para-la-construccion/>>
Wikipedia. Rehabilitación de viviendas [en línea] Citado 11 julio 2016. Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Rehabilitaci%C3%B3n_de_viviendas.

ANEXOS

ANEXO A. Formato de encuesta realizada universidad industrial de santander
gestion empresarial – IPRED

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL**

Objetivo: Realizar una investigación de mercados que permita la recolección de información relacionada con medir el nivel de aceptación de una empresa prestadora de servicios integrales de mano de obra para actividades de remodelación y/o mantenimiento en el hogar.

Fecha: _____ Tipo de vivienda: _____ Estrato _____

Pregunta 1. ¿El inmueble donde vives es?

- a. Propio ___
- b. Alquilado ___
- c. familiar ___

Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo fue la última vez que requirió algún trabajo de remodelación o mantenimiento en su hogar?

- Entre 1 y 6 meses _____
- a. Entre 6 meses y 12 meses _____
 - b. Entre 12 y 24 meses _____
 - c. Más de 24 meses _____
 - d. Nunca _____

Pregunta 3. ¿Cuál de los servicios mencionados a continuación has solicitado con mayor frecuencia?

- a. Remodelación de Baño _____
- b. Remodelación de Cocina _____
- c. Remodelación de Pisos _____
- d. Construcción liviana _____
- e. Albañilería _____
- f. Plomería _____
- g. Electricidad _____
- h. Aplicación de Pintura _____
- i. Jardinería _____
- j. Instalaciones Estándar _____
- k. Ninguno de los anteriores _____
- l. Otro _____ Cuál _____

Pregunta 4. ¿Cuánto has pagado o estaría dispuesto a pagar en mano de obra por cada uno de los siguientes servicios?

Servicio 1

Remodelación de baño

- a. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000
- b. Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000
- c. Entre \$ 1.500.000 y \$ 2.000.000
- d. Más de \$ 2.000.000

Servicio 2

Remodelación de Cocina

- a. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000
- b. Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000
- c. Entre \$ 1.500.000 y \$ 2.000.000
- d. Más de \$ 2.000.000

Servicio 3

Remodelación de Pisos

- a. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000
- b. Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000
- c. Entre \$ 1.500.000 y \$ 2.000.000
- d. Más de \$ 2.000.000

Servicio 4

Construcción liviana (Instalación de Drywall)

- a. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000
- b. Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000
- c. Entre \$ 1.500.000 y \$ 2.000.000
- d. Más de \$ 2.000.000

Servicio 5

Albañilería

- a. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000 ___
- b. Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000 ___
- c. Entre \$ 1.500.000 y \$ 2.000.000 ___
- d. Más de \$ 2.000.000 ___

Servicio 6

Plomería

- a. Entre \$ 10.000 y \$ 80.000 ___
- b. Entre \$ 80.000 y \$ 200.000 ___
- c. Entre \$ 200.000 y \$ 1.000.000 ___
- d. Más de \$ 1.000.000 ___

Servicio 7

Electricidad

- a. Entre \$ 10.000 y \$ 80.000 ___
- b. Entre \$ 80.000 y \$ 200.000 ___
- c. Entre \$ 200.000 y \$ 1.000.000 ___
- d. Más de \$ 1.000.000 ___

Servicio 8

Aplicación de Pintura

- a. Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000 ___
- b. Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000 ___
- c. Entre \$ 1.500.000 y \$ 2.000.000 ___
- d. Más de \$ 2.000.000 ___

Servicio 9

Jardinería

- a. Entre \$ 10.000 y \$ 80.000 _____
- b. Entre \$ 80.000 y \$ 200.000 _____
- c. Entre \$ 200.000 y \$ 1.000.000 _____
- d. Más de \$ 1.000.000 _____

Servicio 10

Instalaciones Estándar

- a. Entre \$ 10.000 y \$ 80.000 _____
- b. Entre \$ 80.000 y \$ 200.000 _____
- c. Entre \$ 200.000 y \$ 500.000 _____
- d. Más de \$ 500.000 _____

Pregunta 5. ¿La última vez que requirió los servicios de remodelación y/o mantenimiento usted acudió a :

- a. Realizarlos usted mismo _____
- b. Contratar un maestro independiente _____
- c. Considero contratar con una empresa _____ Cual _____

Pregunta 6. ¿Qué aspecto cobra mayor importancia para usted a la hora de contratar un servicio de remodelación o mantenimiento?

- a. Precio _____
- b. Calidad _____
- c. Asesoría _____
- d. Garantía _____

e. Financiación ___

Pregunta 7. ¿Cómo fue su última experiencia en la contratación de personal para la ejecución de actividades de remodelación y/o mantenimiento?

- a. Excelente ___
- b. Buena ___
- c. Regular ___
- d. Mala ___
- e. No he tenido ___

Pregunta 8. ¿Qué medio de búsqueda has utilizado cuando necesitas los servicios de remodelación y/o mantenimiento?

Familiares o amigos ___

- a. Directorio telefónico ___
- b. internet ___
- c. Ferreterías ___
- d. Otros ___

Pregunta 9. ¿Conoces alguna empresa que te brinde los servicios mencionados de remodelación y mantenimiento en un solo lugar?

- a. Si ___Cuál _____
- b. No ___

Pregunta 10. ¿En una escala de 1 a 10 que tanto grado de viabilidad y aceptación le vez a la creación de una empresa de remodelaciones y mantenimiento locativo que ofrezca de forma integral los servicios mencionados en un solo lugar ?

a. _____

Pregunta 11. ¿De los servicios relacionados a continuación, en cual estarías interesado realizar en estos momentos?

- a) Remodelación de Baño ___
- b) Remodelación de Cocina ___
- c) Remodelación de Pisos ___
- d) Construcción liviana (drywall) ___
- e) Albañilería ___
- f) Plomería ___
- g) Electricidad ___
- h) Aplicación de Pintura ___
- i) Jardinería ___
- j) Instalaciones Estándar ___
- k) Ninguno de los anteriores ___
- l) Otro _____

Cuál _____

Pregunta 12. ¿Cuánto dinero contemplarías invertir en estos momentos para ejecutar ese proyecto de remodelación y/o mantenimiento seleccionado?

- a) Entre 80.000 y 500.000 ___

- b) Entre 500.000 y 1.000.000 ____
- c) Entre 1.000.000 y 2.000.000 ____
- d) Más de 2.000.000 ____
- e) Ninguna de las anteriores ____

Pregunta 13. ¿En qué sector le gustaría quedaran ubicadas las oficinas de la nueva empresa de remodelaciones y mantenimiento?

- a) Calle 61 sector constructor ____
- b) Sector Centro calle 45 ____
- c) Sector Cabecera ____
- d) Sector San francisco ____
- e) Sector Cañaveral ____
- f) Otro ____ cual _____

Pregunta 14. ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información de la empresa?

- a) Volante impreso ____
- b) Correo electrónico ____
- c) Redes sociales ____
- d) Radio ____
- e) Televisión regional ____